ENTREVISTA
Rubens Ricupero, ex-ministro: “É muito difícil ter responsabilidade com as contas públicas no Brasil”

GUERRA FISCAL
Incentivos de Minas Gerais geram êxodo de companhias paulistas para polos logísticos no Sul mineiro

30 ANOS DO REAL
Pais do plano de estabilização da moeda lamentam a falta de crescimento sustentável da economia

ISTOÉ Dinheiro

TRÊS

Gigante alemã de tecnologia tem no Brasil sua principal fonte de crescimento. São 22 trimestres seguidos de expansão acima de dois dígitos. O plano é decolar com a digitalização acelerada das empresas

“A velocidade da adoção de Inteligência Artificial e cloud no País tem superado todos os mercados em que atuamos”
ADRIANA AROULHO
presidente da SAP Brasil

SAP CRESCE NA NUVEM


Premiação MBPI 2023, em fundos de investimentos, divulgada pela revista IstoÉ Dinheiro
(ranking dos últimos 12 meses de 2023, com critérios diferentes do ranking normal FGV).
Recomendações de acordo com seu perfil. Saiba mais em banco.bradesco/investir.
Autorregulação
ANBIMA
Distribuição de Produtos
de Investimento



A APOSTA CONTRA O PAÍS

O dólar parece ter voltado definitivamente a patamares indecentes frente ao real no Brasil e não perde a oportunidade de dar saltos pirotécnicos a cada nova provocação do mandatário Lula, dado o seu descaso para com o mercado. É uma briga de gato e rato. O demiurgo de Garanhuns sabe que incomoda a banca e não está nem aí. Não liga e, sistematicamente, cutuca sofrendo reações negativas de ataque à moeda quase que simultaneamente. O real, frente a seus correlatos, sofreu a maior desvalorização em relação ao dólar americano. E não dá sinais de parar por aí nos próximos meses em sua queda desbaratada. O que Lula fez dessa vez? Dias atrás, disse, para espanto dos financistas, que não sabe ao certo se o País realmente precisa de um ajuste fiscal. Como assim? Reagiram os apostadores de plantão. Vamos mostrar a ele o que achamos disso. E tome ataque via câmbio.

Todos sabem, está mais do que na hora de o governo agir adotando um contingenciamento orçamentário para combater a deterioração das contas públicas. O presidente tomou uma medida acertada na semana passada ao avalizar para Haddad que acerte uma meta fixa contínua de 3% para a inflação. O ministro da Fazenda deve discutir o assunto com o diretor do Banco Central, Gabriel Galípolo, cotadíssimo para assumir o controle da instituição dentro de alguns meses. Aliás, a troca de comando no BC pode vir a ser feita de maneira antecipada por Lula. Os analistas especulam neste sentido. Seria, decerto, mais um movimento correto rumo à “pax” com a banca que quer ter cenários estáveis para investir. O titular do Planalto tem um pendor nato a buscar soluções para esses problemas de caixa por meio do aumento da arrecadação e ainda acredita ser possível agir assim. Algo que pode ir de encontro às articulações para a aprovação de uma Reforma Tributária de maneira célere, justa e menos espoliadora da produção. Ninguém gosta da ideia de mais impostos, à exceção de Lula que parece entender o bolso do contribuinte como um saco sem fundo. Erro crasso. O chefe da Nação reclama do que chama de “nervosismo exacerbado” do mercado, mas esquece-se de que suas medidas populistas têm um custo demasiadamente alto para o Tesouro suportar, dada a atual fragilidade contábil. Essas ações pesam diretamente nos humores não apenas dos investidores como das agências classificadoras de risco.

O universo do circuito de capitais está todo interligado, e não é de bom tom desconsiderar sua rota. Assim como sua equipe, o presidente aposta em alternativas de recursos adicionais por vias nunca antes tentadas como a da taxação dos chamados super-ricos. O Brasil lidera um apelo global para que esse conceito se forme em todo o planeta. Um estudo nessa direção foi elaborado pelo Instituto Fiscal Europeu, a pedido do G20, grupo atualmente sob presidência brasileira. Nele consta que o resultado desse imposto sobre a camada mais privilegiada da população poderia gerar um caixa extra da ordem de US$ 688 bilhões. No Brasil, uma gorda fatia – dadas as abissais desigualdades sociais – poderia ser levantada. Decerto o potencial arrecadatório pode se multiplicar, mas a queda de braço entre Lula e a praça, na toada que vai, não dará em coisa boa para ninguém.

Carlos José Marques
Diretor editorial

Índice

CAPA Foto: Claudio Gatti



MACROECONOMIA

FALA DE LULA DERRUBA MERCADO E PUXA DÓLAR

A terceira lei de Newton é uma daquelas implacáveis. Toda ação tem uma reação. E o governo sentiu na pele quão rápido este efeito pode ser. Em uma entrevista ao portal Uol, o presidente Lula afirmou que ainda não está seguro sobre a redução de cortes previstas para julho – um esforço do ministro da Fazenda, Fernando Haddad, para reduzir o déficit e sustentar o arcabouço fiscal. "O problema não é que tem que cortar. O problema é saber se precisa efetivamente cortar ou se precisa aumentar a arrecadação. Temos que fazer essa discussão", disse ele em entrevista exclusiva. Foi o que precisou para o dólar operar acima dos R$ 5,50 e o Ibovespa operar em queda no período da manhã da quarta-feira (26). No entendimento de Lula, o mercado tem previsões pessimistas. "O mercado sempre precifica desgraça, está sempre trabalhando para não dar certo, está sempre torcendo para as coisas serem piores do que são, na verdade. E a economia vai crescer, vai crescer mais do que todos os especialistas falaram até agora que vai crescer", disse. Segundo o presidente, a manutenção alta da Selic é algo que interessa ao mercado de capitais, não ao povo. Para Hudson Bessa, professor de finanças da Fipecafi, Lula tem entendido errado os sinais do mercado. "A questão do crescimento, hoje, passa pelo controle fiscal, não pela Selic. Crescer é um misto entre custo e receita. Os juros atuam apenas na ponta do custo de capital, já a receita depende das expectativas positivas sobre a economia". Talvez, neste momento, o presidente devesse abusar mais da primeira lei de Newton quando questionado sobre contas públicas.

TAXA DE JUROS

Ata do Copom diz o que sabíamos: é hora da cautela

A agenda positiva do governo federal, com aumento de arrecadação, plano safra recorde e promessas de corte de gastos não bastaram para tirar da economia brasileira aquela sensação de que é preciso estar atento. E o que era uma impressão, agora ganhou forma com a ata Copom, que na última semana interrompeu o ciclo de cortes da Selic creditando, principalmente, às incertezas do cenário doméstico. O destaque, segundo os diretores do Banco Central, foi o controle das estimativas de inflação, que estão em alta e requerem "atuação firme" da autoridade monetária. Com tom de cautela, a ata revelou que "eventuais ajustes futuros" na taxa de juros, com possíveis aumentos na Selic, "serão ditados pelo firme compromisso de convergência da inflação à meta", jogando no colo do governo a responsabilidade de criar um ambiente propício para redução dos preços. Sobre o assunto, o ministro da Fazenda, Fernando Haddad, diz ser importante o recado. "Eventuais ajustes, se forem necessários, sempre vão acontecer né? O que é importante frisar é que a diretoria fala em interrupção do ciclo, me parece que essa é uma diferença importante a ser salientada". O colegiado interrompeu o ciclo de cortes na semana passada, mantendo a taxa básica de juros em 10,5%, em uma decisão unânime.

R$ 203 bilhões

Foi o valor arrecadado pelo governo federal em maio, alta real de 10,46% sobre o mesmo período do ano anterior. A cifra é a maior para o mês desde 2000, informou a Receita Federal nesta terça-feira (25). No acumulado de janeiro a maio deste ano, a arrecadação cresceu 8,72%, para R$ 1,09 trilhão, o maior valor desde 2000.

IRREGULARIDADE NO LEILÃO

Diretor da Conab é exonerado

O ministro do Desenvolvimento Agrário e Agricultura Familiar (MDA), Paulo Teixeira, confirmou, na terça-feira (25), o pedido de exoneração do diretor-executivo de Operações e Abastecimento da Conab, Thiago José dos Santos. Segundo o ministro, o Conselho de Administração (Consad) da companhia vai encaminhar a demissão de Santos. A diretoria de Santos é a responsável pela operacionalização e pelo edital do leilão de compra pública de arroz importado anulado pelo governo federal após suspeitas de irregularidades terem sido levantadas.

 FOTOS: RICARDO STUCKERT I OSCAR DEL POZO I NORBERTO DUARTE

INTERNACIONAL

Taxação de bilionários pode render US$ 250 bi

O economista francês Gabriel Zucman apresentou na terça-feira (25) a proposta de taxação mínima global sobre bilionários encomendada pelo Brasil na presidência do G20, com potencial de arrecadar até US$ 250 bilhões por ano com aproximadamente 3 mil super-ricos. O economista, no entanto, revelou os desafios que precisam ser superados para a implementação. A proposta, que será apresentada a ministros de Finanças e presidentes de bancos centrais em reunião do G20 no Rio de Janeiro em julho, prevê uma cobrança anual de 2% sobre a fortuna total dessas pessoas. Zucman é diretor da instituição independente European Union Tax Observatory. Em fevereiro, a convite do ministro da Fazenda, Fernando Haddad, ele discursou a autoridades do G20, em São Paulo, sobre a importância de uma tributação progressiva global, com foco na cobrança sobre bilionários. Após o encontro, o governo brasileiro pediu ao economista que elaborasse um estudo para detalhar a viabilidade da proposta.



AMÉRICA DO SUL

Argentina entra em recessão técnica

O Produto Interno Bruto (PIB) da Argentina recuou 5,1% no primeiro trimestre em comparação com o mesmo período de 2023, informou o Instituto Nacional de Estatísticas e Censos (Indec) do país na segunda-feira (24). Em relação ao último trimestre do ano passado, o PIB argentino encolheu 2,6%, marcando a segunda queda trimestral consecutiva. Com o resultado, a economia argentina entrou em recessão técnica — quando a atividade econômica de um país cai por dois trimestres seguidos. Os meses de janeiro a março marcam o primeiro trimestre completo do governo de Javier Milei. O presidente da Argentina tomou posse em dezembro, após uma campanha com promessas de corte de gastos e déficit fiscal zero.

MERCADO ILEGAL

Tráfico movimenta 4% do PIB

Um estudo da Esfera Brasil mostra que o crime organizado se infiltrou em grandes setores da economia, como mineração, mercado mobiliário, comércio de combustíveis e transporte público, e afeta cada vez mais o crescimento econômico brasileiro e já faturam cerca de R$ 335 bilhões, ou 4% do PIB. "Essas organizações não atuam mais só em negócios ilegais, elas se expandiram. Hoje exploram mercados de atividades lícitas para lavar dinheiro ou para esconder produtos de crimes praticados em outros setores", explica o advogado criminalista Pierpaolo Bottini, que foi consultor do estudo. A pesquisa "Segurança Pública e Crime Organizado no Brasil" identifica ao menos 21 atividades legais e ilegais com fluxos ilícitos que passam por regiões brasileiras, os quais podem ter origem ou destino em países da América do Sul, América do Norte, Europa, Ásia, África e Oceania. Foram mapeadas 72 facções criminosas no país.





FUNDADOR: DOMINGO ALZUGARAY (1932 - 2017)

EDITORA
CATIA ALZUGARAY

PRESIDENTE-EXECUTIVO
CACO ALZUGARAY



DIRETOR EDITORIAL
CARLOS JOSÉ MARQUES

DIRETOR DE NÚCLEO
MARCOS STRECKER

REDATOR-CHEFE
HUGO CILO

EDITORES: Alexandre Inacio, Beto Silva e Paula Cristina
REPORTAGEM: Aline Almeida, Allan Ravagnani, Jaqueline Mendes e Letícia Franco

ARTE
DIRETOR DE ARTE: Jefferson Barbato
DESIGNERS: Christiane Pinho e Iara Spina
ILUSTRAÇÃO: Fabio X
PROJETO GRÁFICO: Ricardo van Steen (colaborou Bruno Pugens)

ISTOÉ DINHEIRO ON-LINE
EDITOR EXECUTIVO: Airton Seligman
WEB DESIGNER: Alinne Nascimento Souza

APOIO ADMINISTRATIVO
Gerente: Maria Amélia Scarcello
Assistente: Cláudio Monteiro

MERCADO LEITOR E LOGÍSTICA
Diretor: Edgardo A. Zabala

Central de Atendimento ao Assinante: (11) 3618-4566 de 2ª a 6ª feira 10h às 16h20, sábado 9h às 15h.
Outras Capitais: 4002-7334
Outras Localidades: 0800-888-2111 (exceto ligações de celulares)
Assine: www.assine3.com.br
Exemplar avulso: www.shopping3.com.br

PUBLICIDADE - Contato: publicidade1@editora3.com.br

Diretora de Publicidade: Débora Liotti - deboraliotti@editora3.com.br; **Gerente de Publicidade:** Fernando Siqueira - Publicidade1@editora3.com.br; **Secretária da diretoria de publicidade:** Regina Oliveira - reginaoliveira@editora3.com.br; **Diretor de Arte:** Pedro Roberto de Oliveira - **Contato:** publicidade@editora3.com.br

ARACAJU – SE: Pedro Amarante • Gabinete de Mídia • Tel.: (79) 3246-4139 / 99978-8962 – **BELÉM – PA:** Glícia Diocesano • Dandara Representações • Tel.: (91) 3242-3367 / 98125-2751 – **BELO HORIZONTE – MG:** Célia Maria de Oliveira • 1a Página Publicidade Ltda. • Tel./fax: (31) 3291-6751 / 99983-1783 –**FORTALEZA – CE:** Leonardo Holanda – Nordeste MKT Empresarial – Tel.: (85) 98832-2367 / 3038-2038 – **GOIÂNIA –GO:** Paula Centini de Faria – Centini Comunicação – Tel. (62) 3624-5570/ (62) 99221-5575 – **PORTO ALEGRE – RS:** Roberto Gianoni, Lucas Pontes • RR Gianoni Comércio & Representações Ltda • Tel./fax: (51) 3388-7712/ 99309-1626

Dinheiro (ISSN 1414-7645) é uma publicação semanal da Três Editorial Ltda.
Redação e administração: Rua William Speers, nº 1.088, São Paulo-SP, CEP: 05067-900. Tel.: 11 3618 4200 •
Dinheiro não se responsabiliza por conceitos emitidos nos artigos assinados.
Comercialização e Distribuição: Três Comércio de Publicações Ltda. Rua William Speers, 1212 – São Paulo-SP.
Impressão e acabamento: D'ARTHY Editora e Gráfica Ltda. Rua Osasco, 1086 - Guaturinho, CEP 07750-000 Cajamar - SP





A VOLTA DO ZÉ DAS CAMISINHAS

O empresário **José Araújo**, mais conhecido como "Zé das Camisinhas", fez uma operação de causar inveja a qualquer homem de negócios. Em 2009, ele vendeu para a Hypermarcas sua empresa, a Indústria Nacional de Artefatos de Látex (Inal), dona das marcas de preservativos Olla, Lovetex e Microtex, por US$ 122 milhões — o equivalente a R$ 670 milhões na cotação de hoje. Logo depois a Inal passou das mãos da Hypermarcas para a gigante britânica Reckitt Benckiser. No ano passado, no entanto, a empresa voltou a ser do "Zé" pelo preço de R$ 40 milhões. "Ao perceber que algumas estratégias dessas empresas não eram muito acertadas, como importar as camisinhas da China, resolvi reassumir as marcas que minha família criou nas últimas cinco décadas", afirmou Araújo, que agora administra a empresa junto com seu filho, Denis Araújo. A partir deste ano, a Inatex (novo nome da empresa) vai investir R$ 20 milhões até 2026 para crescer. A atual capacidade de produção, de 12 milhões de preservativos por mês, será ampliado para 30 milhões, mesmo volume de vendas registrado em 2009, ano da transação com a Hypermarcas. "Vamos focar nossas estratégias no fortalecimento das marcas e no lançamento de produtos premium, que são importados e chegam a preços impeditivos", afirmou Araújo. A principal aposta, segundo ele, é a fabricação de camisinhas com polisopreno, látex sintético muito mais fino e resistente do que o de borracha natural. "Com essa inovação, vamos recuperar o vigor que nossas marcas já tiverem no passado."

OS MAIORES DESAFIOS DOS C-LEVELS

UM ESTUDO DA CONSULTORIA AMERICANA LHH IDENTIFICOU AS MAIORES PREOCUPAÇÕES DE EXECUTIVOS EM POSIÇÃO DE LIDERANÇA EM VÁRIOS PAÍSES. CONFIRA O RESULTADO:

Fonte: LHH

FOTOS: CLAUDIO GATTI | NANE FERREIRA | WAGNER MENEZES | DIVULGAÇÃO



FOCO NO FITNESS DE **ALTO PADRÃO**

O mercado de academias de alto padrão está – com o perdão do trocadilho – ganhando musculatura no interior do País. A empresária **Luiza Castanho**, CEO da B.House Bodybuilding, está desembolsando cerca de R$ 10 milhões para estruturar sua rede. A primeira unidade de luxo, em Maringá (PR), tem 2 mil m² e mais de 40 profissionais. "Estamos preparados para receber até 200 clientes por hora, sem comprometer a qualidade dos serviços", disse Luiza. "A recepção será feita por um fitness hostess, que têm a missão de orientar o aluno em relação a todo serviço".



BEM-ESTAR DE **R$ 1 BILHÃO**

A Vidalink, maior plataforma de planos de benefícios corporativos do Brasil, acaba de atingir R$ 1 bilhão em transações em sua plataforma. Especializada em bem-estar, a empresa ampliou em 315 mil sua base de usuários em 2023. Além de descontos em medicamentos, a Vidalink fortaleceu seus produtos para saúde física e mental, com alta de 300% na adesão do plano de acesso à academia e 280% a mais de usuários que estão usando o serviço de teleterapia. Empresas como Bayer, Heineken e Motorola passaram a oferecer a Vidalink como benefício. Segundo o CEO e cofundador **Luis González**, o foco é firmar novas parcerias para acelerar o crescimento. Atualmente, a empresa possui 25 mil farmácias credenciadas em seu modelo físico e busca ampliar ainda mais essa capilaridade para garantir uma cobertura mais ampla.



SCANIA EMBARCA NO **ÔNIBUS ELÉTRICO**

Na carona do movimento de eletrificação da frota brasileira, a sueca Scania acaba de lançar o primeiro ônibus elétrico 100% da marca no País. O modelo tem autonomia de até 300 quilômetros, voltado para uso urbano. Para o diretor **Alex Nucci**, o lançamento marca um momento especial para a história da empresa no Brasil, onde está há 67 anos. "A modernidade da eletrificação estará materializada em nossa fábrica. A partir do início da produção do ônibus elétrico, em março de 2025, a Scania não será mais a mesma", afirmou.

Foram ouvidos **2.282** executivos C-level de grandes empresas

Os países analisados foram **Austrália, Brasil, Canadá, França, Alemanha, Cingapura, Suíça, Reino Unido** e **EUA**

26% apontaram a transformação digital como o maior desafio interno

34% dos entrevistados no Brasil citaram a transformação digital

29% dos entrevistados dizem que o maior desafio hoje é a disrupção tecnológica, incluindo IA

21% disseram que encontrar e reter talentos é a maior dificuldade

DESAFIOS DA **DIVERSIDADE** NA MEDICINA



Assim como na sociedade, a representatividade negra no setor de saúde é um desafio a ser enfrentado. O tema será foco do 2º Fórum Desafios da Diversidade na Medicina, no dia 29 deste mês, promovido pelo Comitê de Igualdade Racial do Grupo Mulheres do Brasil. Segundo **Eliane Leite Alcantara Malteze**, coordenadora do evento, a falta de médicos negros contribui para uma lacuna significativa na qualidade do atendimento oferecido à população negra. "Médicos negros tendem a compreender melhor as nuances culturais e sociais que afetam a saúde da população negra", afirmou.

158% do CDI em um dos mercados que mais crescem. É Safra.

No Safra, você continua com acesso a investimentos no mercado de infraestrutura e explora alguns dos setores mais promissores do país.

CAPITAL MARKET INFRA PROFIT II[1]

Invista no crédito de empresas de infraestrutura com um fundo **isento de IR[2]** que alcançou **122,45% do CDI** de janeiro a maio de 2024, resultado equivalente a **158%[3] do CDI bruto**.





Capital Market Infra Profit II[1] - Rentabilidade

	Mês	Ano	12 meses
Nominal	0,86%	5,39%	12,79%
%CDI	103,45%	122,45%	106,51%

[1] Material de Divulgação do Fundo Safra Capital Market Infra Profit II. CNPJ 42.246.750/0001-98. Administrador: SAFRA SERV DE ADM FID LTDA. Gestor: SAFRA ASSET MANAGEMENT LTDA. Link para maiores informações: https://www.safra.com.br/investimentos/fundos-de-investimentos/saf-capmkt-infra-prof-ii-rf-in.htm [2]Caso o fundo e/ou classe deixe de atender qualquer dos requisitos estabelecidos na Lei n° 12.431/2011, não será possível garantir que as cotas do fundo continuarão a receber o tratamento tributário previsto na norma. Nessa hipótese, não há como garantir que os rendimentos auferidos pelos cotistas continuarão a ser tributados à alíquota de 0%. Não há garantia de que o regime especial de tributação atualmente aplicável ao fundo e as Debêntures Incentivadas não venha a ser futuramente, alterado, revogado, extinto ou suspenso pela legislação tributária ou que seja alterada a interpretação de tal isenção por parte das autoridades fiscais. [3] Cálculo considerando uma alíquota de imposto de renda de 22,5% na rentabilidade. Fórmula: rentabilidade no ano de 2024 do fundo dividido pela rentabilidade do CDI no mesmo período, o resultado será dividido por 0,775 (Fórmula: (5,39%/4,40%) / 0,775). Fonte: Quantum Data-Base 31/05/2024. Fonte: página 26 https://www.abdib.org.br/wp-content/uploads/2024/04/ABDIB_Relatorio-Anual-2024-1.pdf. 4 Material de Divulgação do Fundo Safra Infra CDI. CNPJ 50.268.936/0001-76. Administrador: SAFRA SERVIÇOS DE ADMINISTRAÇÃO FIDUCIÁRIA LTDA. Gestor: SAFRA WEALTH DISTRIBUIDORA DE TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS LTDA – Link para maiores informações: https://www.safra.com.br/investimentos/fundos-de-investimentos/saf-infra-cdi-cic-rf-i-lp.htm. 5 Material de Divulgação do Fundo Safra Infra Juros Reais. CNPJ 39.687.929/0001-76. Administrador: SAFRA SERVIÇOS DE ADMINISTRAÇÃO FIDUCIÁRIA LTDA. Gestor: SAFRA WEALTH DISTRIBUIDORA D TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS LTDA. Link para maiores informações: https://www.safra.com.br/investimentos/fundos-de-investimentos/saf-infra-jr-cic-rf-i-lp-rl.htm. 6 Material de Divulgação do Fundo Safra Debêntures Incentivadas. CNPJ 18.623.722/0001-68. Administrador e gestor: SAFRA WEALTH DISTRIBUIDORA DE TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS LTDA. Link para maiores informações: https://www.safra.com.br/investimentos/fundos-de-investimentos/saf-debentures-incent-cp-ficfi.ht AVISOS: LEIA O FORMULÁRIO DE INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES, A LÂMINA DE INFORMAÇÕES ESSENCIAIS, SE HOUVER, E O REGULAMENTO ANTES DE INVESTIR. O INVESTIMENTO EM FUNDOS NÃO É GARANTIDO PELO ADMINISTRADOR, PELO GESTOR, POR QUALQUER MECANISMO DE SEGURO OU PELO FUNDO GARANTIDOR DE CRÉDITO – FGC. DESCRIÇÃO DO TIPO ANBIMA DISPONÍVEL NO FORMULÁRIO DE INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES. RENTABILIDADE PASSADA NÃO REPRESENTA GARANTIA DE RENTABILIDADE FUTURA. A RENTABILIDADE DIVULGADA NÃO É LÍQUIDA DE IMPOSTOS, TAXA DE PERFORMANCE E/OU TAXA DE SAÍDA. A COMPARAÇÃO DOS FUNDOS DE INVESTIMENTO E INDICADORES ECONÔMICOS É MERA REFERÊNCIA, E NÃO META OU PARÂMETRO DE PERFORMANCE. Material de divulgação do SAFRA CAPITAL MARKET INFRA PROFIT II RF FIC DE FUNDOS INCENTIVADOS DE INVESTIMENTO EM



ENTREVISTA | **Rubens Ricupero**, ex-ministro da Fazenda

"O presidente Lula e o PT precisam compreender que a realidade econômica impõe certos limites"

Advogado e diplomata elogia o trabalho de Fernando Haddad, questiona as falas sobre política externa de Lula e diz que falta avançar com outras reformas para o Brasil seguir em frente

Paula CRISTINA e Jaqueline MENDES

 | FOTO: EDILSON DANTAS/AGENCIA O GLOBO

Um presidente baixinho, carismático, dado a políticas sociais. Um ministro da Fazenda focado no corte de gastos, apontando soluções para aumentar a atração de investimento estrangeiro, controlar a inflação e atender as demandas de seu chefe. Esta poderia ser uma definição precisa da dupla Lula-Haddad, hoje o topo da política econômica brasileira, na visão bem-humorada de Rubens Ricupero, um dos maiores diplomatas brasileiros e ministro da Fazenda no governo Itamar Franco, quando o Plano Real foi lançado. Ele assumiu a pasta no lugar de Fernando Henrique Cardoso, quando este se desincompatibilizou para concorrer à Presidência em 1994. Enquanto o Brasil atravessava um período de hiperinflação, Ricupero participava da consolidação do plano, o projeto da sua vida. Mas não chegou a executá-lo em sua totalidade por um escândalo que o tirou do cargo. Em seu novo livro, *Memórias*, ele avalia esse turbilhão de acontecimentos e o andamento da moeda que ajudou a criar. Ele falou à DINHEIRO sobre a obra, a economia e a diplomacia atual.

DINHEIRO — Como o senhor vê a atual situação fiscal brasileira?

RUBENS RICUPERO — O que vemos hoje é nosso déficit explodindo. E o governo não tem revelado nenhuma sensibilidade para tentar conter esse desastre. E se o País agravar o déficit, cedo ou tarde, a inflação volta. O ciclo é esse. Se os impostos, a receita do País, não são suficientes para custear os gastos sociais e outros gastos, qual é o caminho? É aumentar a dívida e as emissões monetárias. São os dois processos que conduzem, inevitavelmente, à volta da inflação. E a inflação, por sua vez, vai anular todo o programa de bem-estar social que o PT se propõe a fazer.

Os indicadores têm mostrado diminuição no nível de pobreza dos brasileiros. Isso também seria revertido caso o déficit exploda?

Nenhum brasileiro pode ignorar que, de fato, nós somos um país individual, há muita pobreza. É preciso fazer alguma coisa, mas você tem que fazer na medida que é possível, que as finanças do País permitem, porque, do contrário, você acaba praticando uma ilusão.

Mas o ministro Fernando Haddad tem alertado sobre tais riscos, não?

Sim. Eu acho o Haddad excelente, Alguém que tenta fazer um trabalho magnífico e difícil, mas que nem sempre tem o apoio do presidente Lula. Aliás, o próprio partido dele tem sido muito crítico.

Alguma semelhança com o seu período?

Eu acho que a semelhança é muito grande. Pelo menos até agora, ainda que a minha experiência acabou sendo melhor. Mas eu acho que o problema atual extrapola a capacidade dele, que está nas mãos do presidente Lula e do PT. Acredito que, infelizmente, não há muito que ele possa fazer. A não ser o que ele tem feito, que é um trabalho paciente de demonstrar ao partido e ao presidente qual é a racionalidade. Eu espero que o Haddad também tenha a mesma sorte que eu tive.

> As maiores distorções que existem hoje no Brasil estão no Judiciário e no Legislativo. Quanto mais privilégios, mais difícil governar o País

Qual sorte?

O Itamar, na minha opinião, era bem melhor [que o Lula], porque, como eu mostro no meu livro, embora ele tivesse aqueles instintos populistas, ele, no final, nunca tentou nos impor uma solução política. E eu não ponho em dúvida a qualidade, a legitimidade da inspiração de Itamar. Em todos os casos, os motivos dele eram bons. Ele queria atender categorias que tinham salário muito baixo, melhorar o salário mínimo, fazer benefício. Só que, embora essas causas em si mesmas fossem meritórias, não existia condição financeira naquele momento. Nós só poderíamos lançar o Plano Real se nós conseguíssemos manter o mínimo de controle do orçamento. E quase todas essas medidas que ele desejava acabariam por agravar muito a possibilidade do déficit. Então eu sempre lembrava a ele que se ele desejava o êxito no Plano Real, não era possível levar avante aquelas ideias, era preciso esperar para o futuro. E eu devo dizer a você que, em todos os casos, ele sempre acolheu os meus argumentos.

Quando o Plano Real foi lançado, o presidente Itamar disse que era só o começo das reformas que o Brasil do século XXI iria precisar. Olhando hoje, o senhor vê que tais mudanças ocorreram?

Evidentemente, era apenas o começo de um esforço de modernização do País. Com o real atingimos a estabilidade monetária. Todas as reformas estruturantes ainda precisavam ser feitas. Algumas saíram do papel, como a Previdência e a Trabalhista. Sobre a Tributária, já em curso, é preciso torcer para que não se cometa o erro de multiplicar as exceções. Porque o grande problema do Brasil é sempre esse. Na minha opinião pessoal, não deveria haver nenhuma exclusão. A outra grande reforma precisa ser a Administrativa, no sentido completo. Não só o Executivo. As maiores distorções que existem no Brasil hoje em dia estão no Judiciário e no Legislativo. Quanto mais privilégios você multiplica, mais difícil vai ficar governar o País. Fernando Haddad, ao lado de Simone Tebet [Planejamento], tem falado sobre acabar com as vinculações do Orçamento. Isso pode ser muito bom.

Tal flexibilização poderia destravar o Orçamento?

O Orçamento tem que ser como é na Inglaterra, como é nos Estados Unidos. Uma peça que se discute a cada ano com as prioridades do momento. Porque quando você coloca numa Constituição, adquire um automatismo, uma rigidez muito grande. É preciso eliminar isso e também levar avante o plano que o Ministério do Planejamento tem tido de examinar todas as políticas públicas brasileiras na base rigorosa de custo-benefício.

Nós não temos até hoje no Brasil o mecanismo de avaliação se as políticas públicas se justificam ou não pelos seus resultados. Um mecanismo do século XIX.

E isso explica o mau humor do mercado?

O presidente costuma dizer que é o mercado que resiste, mas não é só o mercado. É o mercado, é a imprensa, são os empresários. E as condições de estabilidade precisam ser promovidas pelo governo federal, ainda que parte expressiva do Orçamento esteja no Congresso ou vinculado. O que o Lula deseja, acima de tudo, e ele tem razão nisso, é que o Brasil cresça. Mas nenhum país cresce sem investimento. Ele mesmo sabe que não está havendo grande investimento. O capital tem que vir dos investidores privados porque tudo o que o governo tem de receita, ele gasta com essas transferências de renda, benefícios de prestação continuada, aumento do salário mínimo, além da inflação e da produtividade. Agora, qual é o investidor que vai ter muita confiança num País em que a grande companhia estatal, que é a Petrobras, em questão de dois ou três anos, teve oito ou nove presidentes?

Falando do investimento estrangeiro, como o senhor vê a política externa do atual governo após os anos Bolsonaro?

Na época do Bolsonaro, a situação foi a pior possível, porque, de fato, nós acabamos nos tornando um país pária. Devido às políticas que ele mesmo adotou aqui dentro, tudo em relação à Amazônia e ao meio ambiente, mas também direitos humanos, aspectos de negacionismo e tudo aquilo que conhecemos, o caráter retrógrado do governo. Em compensação, acho que no governo Lula foi muito bom aquele começo de fazer com que o Brasil rapidamente voltasse a ocupar um papel entre os países com uma posição mais ativa. É um governo que tem uma atitude diferente em relação ao meio ambiente, que busca evitar o desmatamento na Amazônia. Ainda assim há aspectos na política do presidente Lula que são excessivos.

Quais?

Eu diria a você essa busca constante de um protagonismo e, sobretudo, ultimamente, uma certa falta de equilíbrio em temas como a guerra da Ucrânia ou o que está acontecendo na faixa de Gaza, e isso acaba por comprometer a posição de mediação, no sentido de favorecer a aproximação de países que estão em conflito e evitar que essa rivalidade entre Estados Unidos e China se transforme em uma espécie de nova guerra fria.

Lula tem deixado que sua imagem própria se sobreponha ao papel diplomático histórico do Brasil?

Eu diria a você que certos aspectos da política do Lula, que é uma política excessivamente pessoal, protagonista, buscando a todo custo aparecer, muitas vezes expressa em declarações improvisadas, sem muita reflexão, de caráter emotivo, acaba retirando o prestígio à diplomacia brasileira.

> Em certos aspectos da política externa, Lula é excessivamente pessoal, com falas improvisadas, e isso acaba prejudicando a diplomacia

No quesito do prestígio, o senhor precisou convencer o mundo e o Brasil sobre a confiabilidade do Plano Real. Como foi conquistada tal imagem?

A tendência hoje é achar que tudo foi meio automático, né? Adotamos uma política monetária nova e ela deu certo sozinha. Mas não foi assim. Foi preciso adesão consciente das pessoas.

Mas o senhor conta que precisou acelerar o Plano para ficar dentro do mandato de Itamar. Isso não gerou ruídos?

A equipe tinha esse receio. A maioria dos membros desejava esperar muito tempo, alguns mais de um ano. O que não era viável. O pessoal sabe que o Itamar tinha apenas poucos meses de governo pela frente. Então nós precisamos marcar logo a posição. Eu tive confiança absoluta. Eu só comecei a ter muita preocupação depois do lançamento da moeda, no dia 1º de julho, porque no primeiro mês a inflação já medida na nova moeda real foi muito maior do que a equipe tinha medido que seria.

Como foi isso?

Esperávamos algo inferior a 3%. E acabou sendo mais do que o dobro. Fiquei muito preocupado. Não só eu. Muita gente achava que era mais um plano fracassado. Todos os métodos brasileiros de medição da inflação coletam os preços do dia 15 do mês até o dia 15 do mês seguinte. Então, como lançamos a moeda em 1º de julho, ela já vinha com a carga de 15 dias do mês anterior, quando mais se acelerou o reajuste de preços. Quando isso aconteceu, precisei acelerar o ritmo das entrevistas para explicar o episódio. Até um dia em que eu cheguei a dar 24 entrevistas.

Foi nesse dia que aconteceu o episódio da parabólica?

Eu estava esperando o som para a 25ª. Eu estava muito cansado. Estava com um comportamento estranho. Tanto que naqueles 19 minutos, como eu conto no livro, eu disse muita bobagem. Eu me arrependo até hoje.

O senhor disse: "Eu não tenho escrúpulos. O que é bom a gente fatura. O que é ruim, esconde". Como foi o dia seguinte?

Eu pedi desculpas. Telefonei ao presidente e pus o cargo à disposição. No início ele não queria, porque não sabia de nada. Mas à medida que o dia foi avançando, ele viu que havia muita repercussão. E eu acabei saindo. Felizmente, não teve nenhum efeito sobre o futuro do plano. O Real já estava em circulação. No mês seguinte, caiu muito a inflação. Havíamos montado um plano estruturado, que não se abalou com a bobagem que eu falei. E hoje estamos aqui falando sobre os 30 anos daquele período. ■

 POR ALEXANDRE INACIO

Ambipar transforma lixo em lucro

Líder em gestão ambiental no Brasil, a Ambipar destinou no ano passado pouco mais de 51 mil toneladas de resíduos sólidos para reciclagem. O volume representou uma evolução de 54% em comparação às 33 mil toneladas de 2022. Para 2024 a meta é um pouco mais ousada. A empresa quer dar um novo uso para 90 mil toneladas de vidro, plástico, papelão e alumínio descartados pelo Brasil.

"Temos o objetivo de liberar a economia circular de baixo carbono até 2030. O elo do pós-consumo é o mais difícil, um verdadeiro pesadelo logístico e, por isso, estamos estruturando, capacitando e formalizando a governança e a gestão das cooperativas", disse à DINHEIRO Rafael Tello, diretor de sustentabilidade da Ambipar.

Só em 2023, a companhia desembolsou R$ 4,7 milhões para modernização de instalações das centrais de triagem. Os recursos foram destinados para melhorar a infraestrutura e adquirir novos equipamentos, buscando agregar valor. Apesar do trabalho bem-sucedido da empresa, o executivo considera que a política nacional de resíduos sólidos, de 2010, precisa ser modernizada para ir além da simples gestão dos resíduos. "A discussão precisa estar na promoção da economia circular", disse.

RECUPERAÇÃO DE RESÍDUOS DA AMBIPAR

(Em mil toneladas)

Ano	Toneladas
2020	13
2021	16
2022	33
2023	51
2024*	90

*Meta

Fonte: Ambipar



AQUECIMENTO

MAIS EMPRESAS NA **CAUSA AMBIENTAL**

Entre as 1.136 empresas brasileiras que reportaram publicamente dados sobre mudanças climáticas no ano passado, 42% declaram ter alguma iniciativa efetiva para reduzir suas emissões de gases que provocam o aquecimento global. O levantamento é do Carbon Disclosure Program (CDP), entidade internacional que administra o maior sistema de divulgação de dados ambientais corporativos do mundo. Em 2022, o índice foi de 35%.

Apesar da melhora, ainda há muito o que ser feito. Apenas 22% das empresas têm metas de redução de emissões. Dessas, 25% foram alcançadas, 31% estão reduzindo suas emissões conforme o planejado e 9% ultrapassaram as suas metas. Porém, para 4%, apesar do

CRÉDITO

CARAMURU EMITE **US$ 10 MILHÕES EM AOC VERDE**

A Caramuru Alimentos, uma das maiores indústrias de processamento e exportação de grãos do Brasil, fechou seu primeiro Adiantamento de Operações de Câmbio (AOC) Sustentável, no valor de US$ 10 milhões. A operação foi conduzida pelo Banco BV, que antecipou à empresa uma parte do valor de uma exportação a ser realizada pela companhia.

Os recursos serão utilizados pela Caramuru para aquisição de soja, milho e girassol dentro da política de sustentabilidade da companhia. Entre as regras está a originação de matéria-prima de produtores rurais que cultivam grãos de maneira sustentável, contratação de serviços de transporte com baixa emissão de gases de efeito estufa e transporte das mercadorias em modais com baixa emissão.

“Ao firmar o AOC, garantimos a adequação do uso dos recursos para pilares importantes, como a compra de soja destinada à produção de biocombustível ou a de milho e girassol com fornecedores que tenham o Selo Sustentar, nosso atestado de sustentabilidade da produção”, disse Júlio César da Costa, presidente da Caramuru.



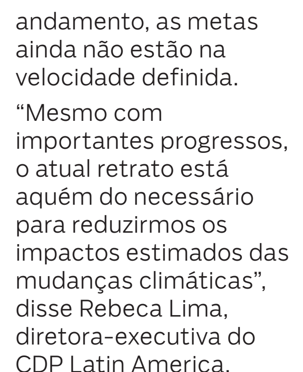


GREEN DEAL

EUROPA APROVA LEI DE RESTAURAÇÃO DA NATUREZA

Após meses de impasse e um placar bastante apertado, os países da União Europeia aprovaram a sua lei de restauração da natureza. O novo regulamento estabelecerá metas juridicamente vinculativas para restaurar 20% dos ecossistemas terrestres e marinhos degradados do bloco até 2030. O objetivo é cobrir 100% dos ecossistemas até 2050.

O avanço na aprovação só foi possível depois da mudança de posição da Áustria. A Eslováquia, que já tinha manifestado publicamente dúvidas sobre a proposta, também apoiou o texto, permitindo que a lei fosse aprovada por uma margem estreita, de 20 países que representam 66% da população da UE. O limiar para aprovação por maioria qualificada é de 65%. No entanto, o texto final desidratou os compromissos para o setor agrícola. Na prática, foi criada uma espécie de “trava de emergência”, que permite que as metas ao setor possam ser suspensas “em circunstâncias excepcionais” que ameacem a segurança alimentar.



andamento, as metas ainda não estão na velocidade definida.

“Mesmo com importantes progressos, o atual retrato está aquém do necessário para reduzirmos os impactos estimados das mudanças climáticas”, disse Rebeca Lima, diretora-executiva do CDP Latin America.

ENCHENTES

RESÍDUOS DO RS VÃO VIRAR ELETRODOMÉSTICOS

Com o nível dos rios baixando no Rio Grande do Sul, os municípios gaúchos começam a lidar com um outro problema: o que fazer com os resíduos. O volume de entulho, móveis destruídos, eletrodomésticos danificados e outros pertences chega a 47 milhões de toneladas.

A paulista BLZera foi uma das primeiras selecionadas pela prefeitura de Porto Alegre para dar uma destinação aos resíduos. A empresa pretende recolher nos próximos quatro meses cerca de 90 mil toneladas, dando início a um dos maiores projetos sócio-ambientais do país.

O primeiro passo está sendo separar o material da lama para ser enviado a São Paulo. Na capital paulista, os resíduos são descontaminados, processados, transformados em matérias-primas e revendidos para as indústrias. Na lista de compradores estão nomes como Ambev, Coca-Cola, Braskem, Dow, Fox eletrônicos, entre outros.





SELO VERDE, CONSUMO SUSTENTÁVEL E "NEOINDUSTRIALIZAÇÃO"

RICARDO VOLTOLINI
É CEO DA IDEIA SUSTENTÁVEL, FUNDADOR DA PLATAFORMA LIDERANÇA COM VALORES, MENTOR E CONSELHEIRO DE SUSTENTABILIDADE

No último dia 17 de junho, o governo federal instituiu o Programa Selo Verde Brasil. A iniciativa, como era de se esperar, foi festejada por profissionais de sustentabilidade, principalmente os que trabalham com consumo consciente.

Explica-se o entusiasmo. Mais do que um novo selo, esse programa nasceu para ser uma "resposta estratégica" do País à demanda crescente, nos mercados externo e interno, por produtos com menor pegada ambiental, menos emissões de gases de efeito estufa, melhor uso de recursos naturais e ciclo de vida útil menos impactante. Sua implantação, a ser coordenada pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDIC), pretende tornar mais competitiva a indústria brasileira num cenário global marcado pela tendência do uso dos atributos de sustentabilidade tanto como barreiras de entrada quanto fatores de preferência/rejeição de compras.

Com a medida, o governo federal espera reduzir as múltiplas exigências impostas pelos países importadores de produtos brasileiros, oferecendo uma certificação de conformidade socioambiental, única e voluntária, compatível com as normas internacionais vigentes. Para fora, o Selo Verde Brasil almeja melhorar o padrão de qualidade junto aos exigentes compradores estrangeiros. Para dentro, espera criar um mercado de "consumidores e produtos verdes" e um ambiente favorável a políticas públicas que promovam a chamada "neoindustrialização" — um novo tipo de desenvolvimento industrial orientado por sustentabilidade.

Historicamente, selos verdes têm servido para atestar produtos, serviços e empresas que adotam práticas ambientais e sociais responsáveis. Não são exatamente uma novidade. Existem no Brasil há mais de duas décadas. E hoje se contam em dezenas, cada um com os seus critérios e objetivos.

Merece destaque, por exemplo, o FSC, criado pelo Forest Stewardship Council, em 2002, com o propósito de assegurar a origem sustentável de produtos de papel e madeira feitos com insumos originários das florestas. Ao escolherem produtos FSC, os consumidores utilizam o poder de compra como um ato político de apoio à conservação florestal. E assim fazem a diferença a favor de empresas melhores para o mundo. Essa é, a rigor, a principal finalidade de um selo verde de terceira parte, não autoatribuído: o carimbo verde na embalagem de um produto declara publicamente que a empresa fabricante passou por um processo rigoroso de verificação e que o compromisso com a sustentabilidade não é apenas um discurso bonito e conveniente, mas um conjunto de práticas confiáveis e consistentes.

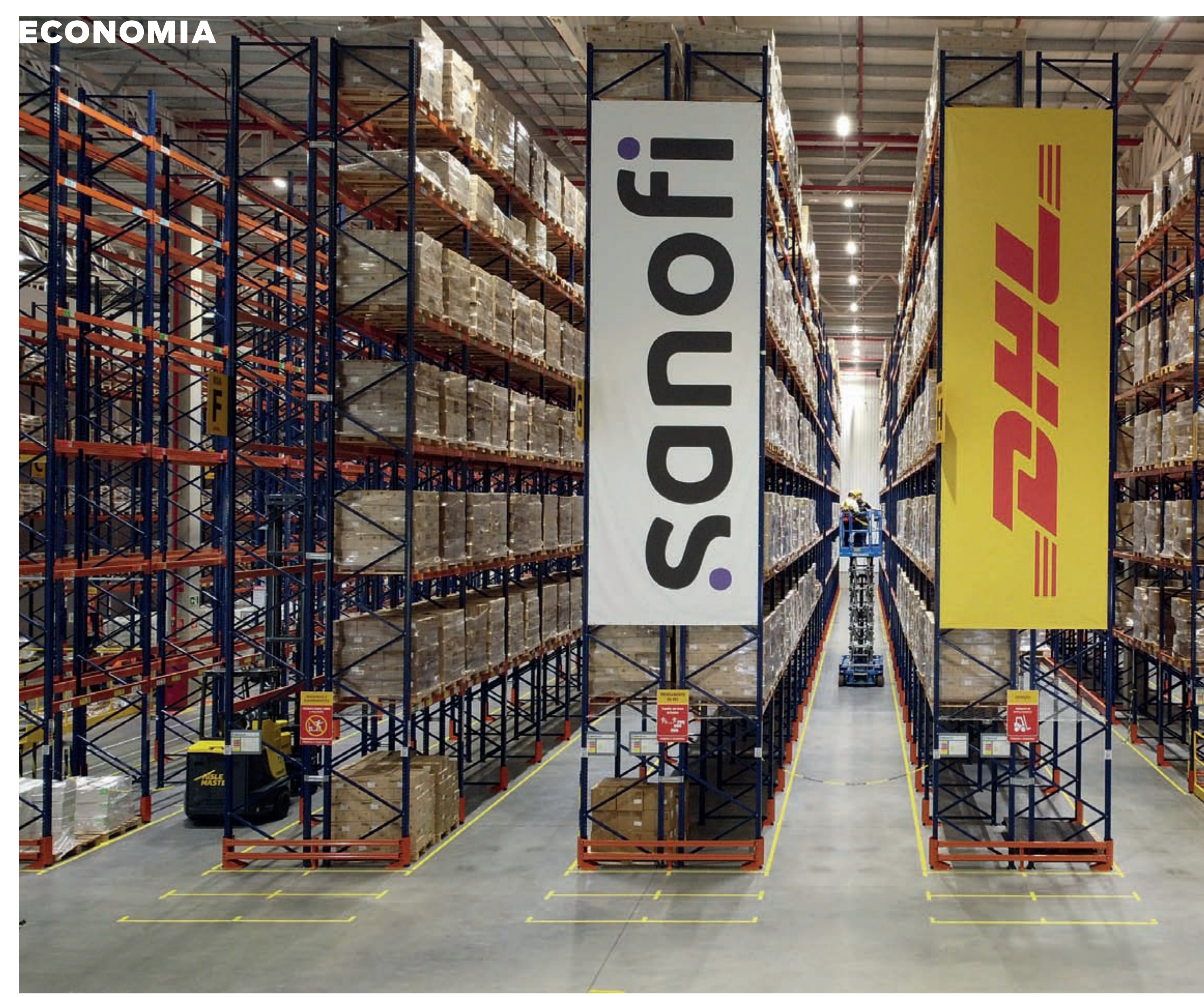
No caso do programa Selo Verde Brasil, esse papel caberá a entidades credenciadas pelo Inmetro, com base em normas técnicas da ABNT. Empresas de diferentes portes e áreas de atuação serão elegíveis ao selo. Um comitê gestor, ligado ao MDIC, ficará responsável pelo planejamento e a definição de produtos considerados prioritários pelo governo. O seu futuro depende, a meu ver, do modo como os diversos setores participarão do processo — se para valer ou para constar.

Selos verdes costumam ser, de fato, instrumentos de educação para um consumo mais consciente e responsável. É o caso do Procel, lançado em 1993 pelo Ministério de Minas e Energia. Informação relevante nos rótulos de produtos eletroeletrônicos, o ícone da "lâmpada amarela" estabeleceu níveis de consumo de energia, estimulou entre os fabricantes uma competição por equipamentos mais eficientes e proporcionou aos consumidores uma ferramenta para escolher produtos mais econômicos.

Se o programa Selo Verde Brasil conseguir a mesma adesão de empresas e consumidores já terá dado uma boa contribuição á causa do consumo sustentável.



Clube de Revistas
UM HINO À LIBERDADE
VISTO POR MAIS DE 5 MILHÕES DE PESSOAS NA ITÁLIA
AINDA
TEMOS
O AMANHÃ
UM FILME DE
PAOLA CORTELLESI
SAIBA MAIS
04 DE JULHO NOS CINEMAS
PANDORA
FILMES



ÊXODO DE EMPRESAS PREOCUPA CIDADES DE S

FOTO: DIVULGAÇÃO



PRINCIPAL ESTADO DO BRASIL VÊ COMPANHIAS MIGRAREM PARA EXTREMA E OUTRAS CIDADES DE MINAS GERAIS. QUEDA NA ARRECADAÇÃO DE ICMS PREOCUPA PREFEITOS PAULISTAS

Beto SILVA

E SÃO PAULO

A cidade de Extrema, no sul de Minas Gerais, foi o local escolhido pela Sanofi, empresa global de saúde, e a DHL Supply Chain, líder mundial em armazenagem e distribuição, para instalar um novo Centro de Distribuição, que iniciou sua operação em junho. A estrutura faz parte de um plano de investimento da Sanofi em Minas Gerais que vai atingir R$ 333 milhões até 2032, com foco em expansão logística. A cidade foi selecionada por sua localização, pois está a cerca de 100 quilômetros da cidade de São Paulo e próxima de outros centros econômicos paulistas, como Campinas. Saídas com facilidade para Belo Horizonte (MG), Brasília, Rio de Janeiro (RJ), Vitória (ES) e Salvador (BA) também são bem vistas. Mas outro fator foi fundamental: o financeiro. As alíquotas do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) são mais altas em São Paulo do que em Minas Gerais. No setor de plástico, por exemplo, a alíquota fica em 18% nas vendas em território paulista, enquanto o valor é de 12% para vendas interestaduais a partir da área mineira. O que torna mais vantajoso para as empresas irem para o estado governado por Romeu Zema (Novo) do que se instalarem no governado por Tarcísio de Freitas (Republicanos).

A falta de competitividade tributária tem provocado impacto negativo direto na arrecadação de São Paulo. Em 2022, antes de Tarcísio assumir o Palácio dos Bandeirantes, a arrecadação com impostos foi de R$ 253 bilhões, sendo R$ 215 bilhões oriundos de ICMS. Em 2023, primeiro ano de sua gestão, a receita com tributos encolheu 4,7%. O ICMS despencou ainda mais: 8%. Enquanto isso, o governador paulista anunciou um plano de reajuste fiscal, com revisão de gastos públicos e diminuição de renúncias tributárias – o que está sendo elogiado por alguns especialistas e parte do mercado. Mas esse ajuste, que pode criar uma marca para sua gestão e o diferencia de outros governos que resistem a fazer cortes (como o do próprio presidente Lula), também tem feito a arrecadação diminuir e tirado receita de alguns municípios, o que incomoda parte dos gestores locais.

Se na guerra fiscal o estado de São Paulo tem sido abatido, os municípios sofrem ainda mais. Embu das Artes, a 30 quilômetros da capital e a 130 de Extrema, perdeu recentemente duas grandes empresas para a cidade mineira. Adidas e Nike deixaram a Embu para montar seus centros de distribuição no sul de Minas Gerais. E outras corporações estão despejando dinheiro naquela região. Em parceria com a ID Logistics, a Wella Company, gigante global do segmento de cosméticos, inaugura seu terceiro maior Centro de Distribuição no mundo em Extrema, com 12 mil m². Marcas como Mizuno, Under Armour, Olympikus, Centauro, Bacardi e HP, além de gigantes do varejo como Privalia, Via Log (Casas Bahia e Ponto), Mercado Livre, Amazon, Tok Stok e Chili Beans, são outras empresas que invadiram Minas Gerais em busca de benefícios – logísticos e tributários.

Há investimentos previstos para ampliar a capacidade de muitas delas. Segundo o governo mineiro, os índices de vacância das estruturas logísticas estão próximos de zero em algumas localidades. No ano passado, os investimentos formalizados no estado apenas em armazéns de distribuição somaram R$ 500 milhões. E, desde 2019, Extrema recebeu R$ 4,3 bilhões em aportes, com a geração de 13 mil empregos, em 17 cadeias produtivas diferentes. Recursos principalmente ancorados na Lei Complementar 186 (LC186/2021), aprovada na Assembleia Legislativa de Minas Gerais, que permitiu a prorrogação e consolidou até 2032 as isenções e incentivos dos benefícios fiscais vinculados ao ICMS para operações destinadas em diversas áreas.

Segundo Alexandre Selegatto, diretor de Real Estate Solutions na DHL Supply Chain Brasil, Extrema é um dos principais focos de investimento nos últimos anos e as novas instalações locais fazem parte de um programa mais amplo de R$ 800 milhões que a companhia realiza no Brasil até 2025. "Os governos estadual e municipal têm programas de incentivos, mas focados nas empresas proprietárias dos produtos. Do ponto de vista logístico, [o principal atrativo] é a posição estratégica."

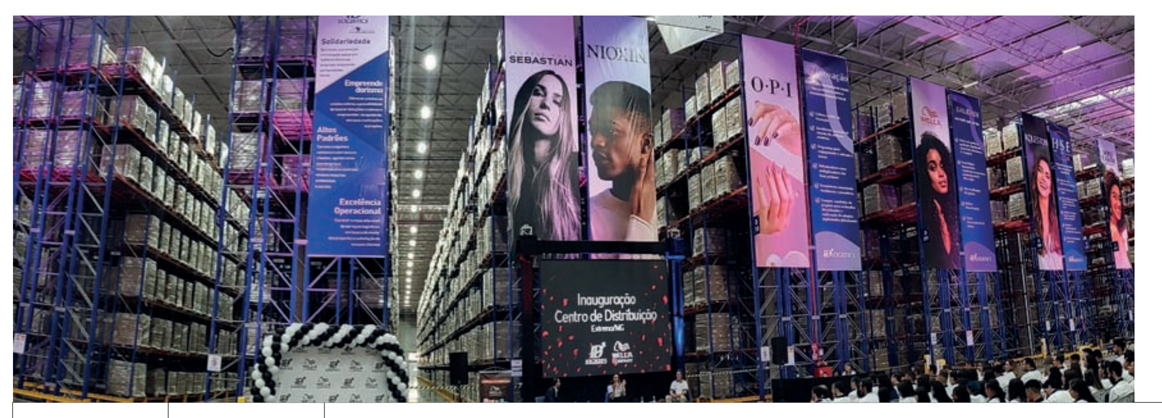
IMPACTO NAS CIDADES O sinal de alerta está ligado faz tempo. Em setembro de 2023, após receber a sinalização de que a empresa Andreani Logística poderia preparar sua mudança, atravessar a divisa estadual e desembarcar em território mineiro, a Prefeitura de Embu das Artes fez um estudo de impacto. A saída da companhia, com 20 clientes locais na área farmacêutica, levaria toda uma cadeia de atendimento e poderia afetar o repasse de ICMS da cidade em 20%. Seriam R$ 67,1 milhões a menos nos cofres municipais. No âmbito estadual, seriam R$ 378,6 milhões de queda na arrecadação com o imposto. Esse levantamento foi encaminhado ao governo paulista. E, nove meses depois, está em trâmite nas equipes técnicas. Sem resposta, portanto.

Lourival Domingues da Costa, secretário de Desenvolvimento Econômico, Indústria, Comércio e Serviços de Embu, apontou outros efeitos negativos do êxodo de empresas. "Também é menos empregos para a cidade [só na Adidas eram 300 trabalhadores diretos], o comércio sofre com a falta de movimento e a receita recorrente diminui", diz. "Se o governo estadual é afetado, as cidades, em especial as menores, sofrem ainda mais", lamentou o secretário, ao afirmar que a administração municipal tem feito esforços para atrair outras companhias. "Trouxemos a Amazon. Mas o ideal seria manter as que já temos e buscar mais companhias, não apenas repor o que perdemos", afirma.

O secretário da Fazenda de Minas Gerais, Luiz Claudio Gomes, mantém o discurso de boa vizinhança, apesar de estar vencendo uma guerra – fiscal, é claro – contra São Paulo. Segundo ele, não são apenas as alíquotas de ICMS que são mais atrativas em território mineiro. Diante do pressuposto leilão de incentivos, Gomes destacou outras vantagens. "Existe previsibilidade. A percepção de continuidade de entendimento das regras tributárias é primordial e faz a diferença", disse. "Aten-



NOVA RELAÇÃO Governador de São Paulo, Tarcísio de Freitas lançou recentemente o programa SP na Direção Certa



GALPÃO DOS COSMÉTICOS Wella Company inaugurou seu terceiro maior Centro de Distribuição no mundo em Extrema

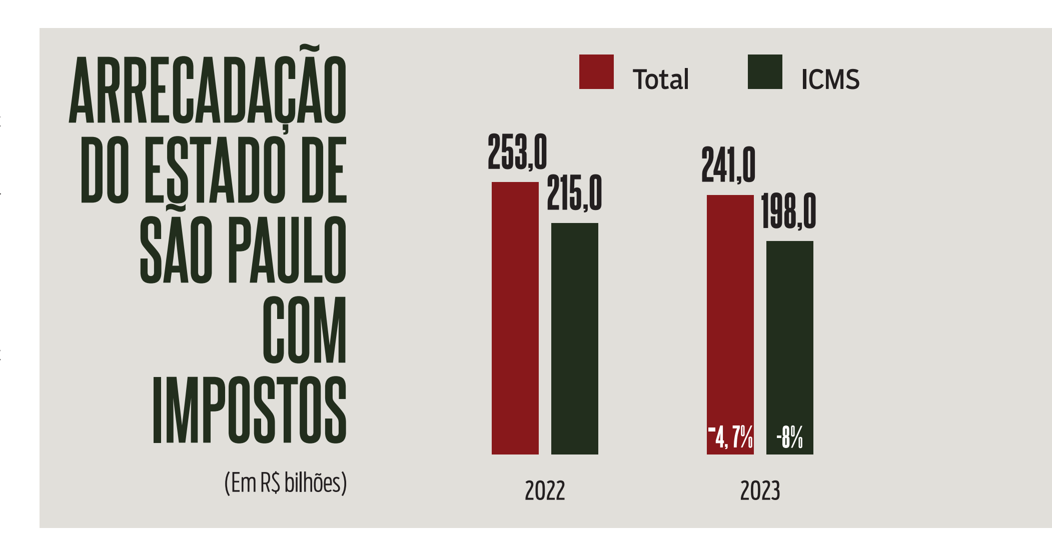


 FOTOS: SUAMY BEYDOUN I DIVULGAÇÃO

demos as empresas com transparência, para reduzir os passivos tributários", frisou, ao acrescentar a importância do Invest Minas – agência de captação de investimentos do governo. "É parceria e auxilia na busca de terrenos, distribuição de água, fornecimento de esgoto e saneamento, resoluções ambientais... É um pacote de incentivos ligados ao contribuinte", disse.

João Paulo Braga, presidente da Invest Minas, corrobora. Segundo ele, a gestão mineira trabalha com Tratamentos Tributários Setoriais (TTS) inteligentes e voltados para resultados, não há apenas renúncia de tributos. "Por exemplo, o TTS para as companhias aéreas está disponível para todo o mercado, mas somente beneficia as empresas que se comprometem a disponibilizar voos com uma frequência adequada às necessidades dos mineiros", disse, ao apontar o que chamou de "ecossistema a favor do investidor". "Promovemos políticas públicas como o Minas Livre para Crescer, que simplifica leis e desburocratiza o ambiente de negócios tornando a vida do investidor mais simples."

Presidente da Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG), Flávio Roscoe ressaltou que a economia mineira tem crescido mais rápido que a do Brasil em razão das ações concretas para melhorar o ambiente de negócios. "Nos últimos cinco anos, geramos quase 1 milhão de empregos e a indústria mineira cresceu 20% acima da média da indústria nacional desde 2018. Nosso desempenho é muito positivo. O PIB industrial de Minas Gerais ultrapassou a marca dos 30%."





"Se o governo estadual é afetado, as cidades, principalmente as menores, sofrem ainda mais"

LOURIVAL DOMINGUES DA COSTA
SECRETÁRIO DE EMBU DAS ARTES

NA DIREÇÃO CERTA Pelas bandas da terra da garoa, a Secretaria da Fazenda do governo Tarcísio de Freitas defendeu suas ações para manter e atrair empresas, apesar de considerar que "a melhor forma de gerar crescimento econômico é através da construção do melhor ambiente de negócios do País". E pontuou o histórico dos últimos 18 meses, no que chamou de "agenda reformista": modernização do contencioso administrativo e judicial, aceleração na devolução dos créditos acumulados de ICMS, simplificação de obrigações acessórias e digitalização dos pagamentos de tributos, entre outras iniciativas. "Prospectivamente, o decreto 'SP na Direção Certa' aponta o que está por vir", destacou a Secretaria, ao citar o plano publicado pela gestão Tarcísio dia 23 de maio.

Economista-chefe da Warren Investimentos e ex-secretário da Fazenda e Planejamento do Estado de São Paulo (2022), Felipe Salto avaliou que o problema da guerra fiscal é antigo e, ao contrário de São Paulo, há estados que usam de modo exacerbado o mecanismo dos incentivos tributários do ICMS de modo a predar a economia nacional. "Entendo que o governo Tarcísio está correto em promover uma revisão dos incentivos tributários, prometida até o fim deste ano, aliás", afirmou. "Mas o movimento de distorção alocativa dos investimentos das empresas só será solucionado com uma Reforma Tributária à altura. Não essa que foi aprovada agora e que só piora tudo", enfatiza Salto. A expectativa é que a Reforma Tributária equilibre as condições de batalha entre os estados e equalize a guerra fiscal. Mas cria outros problemas, de acordo com o economista. "Isso porque ela torna o sistema mais complexo, joga a gestão do imposto para um comitê de iluminados em Brasília e retira dos estados o poder de arrecadar e de controlar o próprio financiamento de suas políticas públicas", disse. Enquanto isso não acontece, São Paulo continua perdendo batalhas nessa guerra.



DESTINO
A cidade de Extrema (MG) recebeu R$ 4,3 bilhões em investimentos desde 2019



AS TRÊS DÉCADAS DE EXISTÊNCIA DO REAL ENSINAM COMO O BRASIL CONSEGUE COLOCAR DE PÉ UMA REFORMA ESTRUTURANTE QUANDO QUER — E NOS LEMBRAM QUÃO LONGE ESTAMOS DE REPLICAR ISSO NA REVISÃO DO TAMANHO DO ESTADO **Paula CRISTINA**

A MOEDA DEU CERTO (A POLÍTICA ECONÔMICA NEM TANTO)



Há 30 anos o governo de Itamar Franco colocava para rodar a estrutura monetária mais relevante da história do Brasil e com ela nos lançou ao clube dos países capazes de emergir, se desenvolver e negociar com o mundo. A chegada do real, que domou a hiperinflação e acertou as contas dos entes públicos e privados, foi o primeiro passo em direção ao futuro que o País ambicionava ter. Mas a jornada era longa. Se a Constituição de 88 foi o marco político/social para uma Nação que deixava para trás os ecos da ditadura, a estabilização da moeda em 94 deveria ser igualmente relevante para se revisitar toda a política econômica e monetária e rever o papel, a função e o tamanho do Estado. Mas não foi o que aconteceu. Nos primeiros 20 anos da moeda, houve pequenos avanços com privatizações, mas nada estrutural. Nos últimos dez, alguns marcos. As reformas trabalhista, previdenciária e, agora, a tributária, dão o tom de um país que diz querer mudar, mas evita encostar na ferida. "Temos muito o que comemorar. Mas, ao mesmo tempo, temos muito ainda que caminhar para que possamos lidar com problemas fundamentais e responder por que o Brasil cresce pouco e por que é tão difícil fazer reformas no País", disse Pedro Malan, que foi presidente do Banco Central entre 1993 e 1995, no governo de Itamar Franco, e ministro da Fazenda durante os 8 anos da gestão FHC.



A questão levantada por Malan parece ser uma constante entre os chamados pais do real — time que desenhou o plano, articulou sua entrada em vigor e sustentou a continuidade do programa. O economista Edmar Bacha, que esteve na formulação da moeda, disse que, quando foi montado o projeto, eram quatro os objetivos centrais: controlar a inflação; resolver o problema de balanços de pagamento; estabilizar a dívida externa e levar o Brasil ao crescimento. "A última foi a única que não se concretizou", disse. O motivo para isso, segundo o economista, é falta de vontade política. Para ele, levar o Brasil ao crescimento significa sustentar uma sequência de reformas que abrissem a economia. Ele cita a revisão do tamanho do Estado, o ajuste das políticas públicas e a compreensão aprofundada das necessidades do País. "O problema é que, pouco depois de estabilizar a moeda nacional, houve o período da bonança econômica [fruto do boom das commodities] e, depois disso, os governos não fizeram muito", disse. "É uma tristeza, porque elaboramos um projeto que tinha mais de uma face, mas estacionou apenas nas melhorias aparentes, não nas mais profundas da natureza brasileira."

O economista conta que, junto com o Plano Real, a equipe econômica liderada pelo então ministro da Fazenda, Fernando Henrique Cardoso, listou 63 emendas constitucionais para resolver problemas estruturais de cunhos tributários, previdênciários e de administração pública. "O Congresso rejeitou 62. A única que avançou — ainda bem! — foi o Fundo Social de Emergência porque se não aprovassem, a gente não fazia o plano", disse. Segundo ele, boa parte das demandas daquela época foram diluídas ou ainda não foram sanadas.

O ex-ministro Pedro Malan lembrou que, além dos 30 anos do real, o Brasil comemora 25 anos e meio do regime de taxas de câmbio flutuante, 25 anos do regime de metas de inflação e 24 anos da Lei de Responsabilidade Fiscal. "Mas não crescemos pois as contas públicas só serão acertadas se as forças políticas deixarem de lado interesses menores."

> "AJUSTAMOS A POLÍTICA MONETÁRIA, MAS AINDA NÃO RESPONDEMOS A PERGUNTA: POR QUE O BRASIL CRESCE TÃO POUCO?"
>
> **PEDRO MALAN**, EX-MINISTRO E EX-PRESIDENTE DO BANCO CENTRAL

O NOVO BANCO CENTRAL Também do time econômico de FHC, o economista Gustavo Franco conta que a estrutura de uma política monetária guiada pelo Banco Central através da criação do Comitê de Política Monetária (Copom) e o fortalecimento do Conselho Monetário Nacional foi decisiva para a estabilidade de hoje. "Tivemos o desafio de recompor e restituir a autoridade monetária no Brasil. O número de representantes no CMN foi reduzido de 25 para três, dando mais força ao voto do próprio Banco Central", disse. Outro marco aconteceu em 1999, já sob a gestão FHC, com a criação de um regime de metas de inflação, o que deu previsibilidade, estabilidade e credibilidade para o real. "O regime de metas guia os bancos, atrai investimento, ajuda na previsibilidade das empresas. Era o Brasil entrando no universo dos países desenvolvidos com décadas de atraso", afirmou.

Quando avaliam a gestão atual do Banco Central, os economistas dizem que a autonomia do BC e a discussão sobre sua independência financeira — como tem sido debatido no Senado — são bastante positivas, porque quanto menos atrelada a política monetária estiver da ideologia política, mais credibilidade a moeda tem. E mais chances de comemorar os 60 anos do real com o mesmo êxito dos 30. S

PARABÉNS, SADIA: 80 ANOS DE HISTÓRIA, SEMPRE ALIMENTANDO O FUTURO.

Há 80 anos na mesa dos brasileiros todos os dias, a Sadia investe em inovação para estar sempre à frente do seu tempo. Com atributos que foram construídos com trabalho duro e consistência nas últimas 8 décadas, a marca se mantém relevante para o público cativo e conquista a confiança das novas gerações de consumidores oferecendo qualidade em toda a sua linha de produtos.

É por tudo isso que a BRF tem o maior orgulho de produzir e comercializar essa marca tão icônica, que hoje é a marca de alimentos mais valiosa do Brasil.*





1944
A Sadia foi fundada em junho de 1944, em Concórdia (SC).

1955
A marca foi a primeira empresa do país a fazer transporte aéreo refrigerado.

1971
Criação do famoso mascote da marca, o Lek Trek, e entrada na Bolsa de Valores (internacionalização da marca).

1973
Em 1973, a Sadia mudou o Natal dos brasileiros com o peru que avisa quando tá pronto, e início da exportação para o Oriente Médio.

1982
A Sadia criou o primeiro SAC da indústria alimentícia brasileira.

*Kantar, divisão insights | Brand Z Brasil 23/24.

PARA ONDE VAI A BO



COM FUGA DE MAIS DE R$ 40 BILHÕES NESTE ANO, IPOS TRAVADOS E CONCORRÊNCIA COM JUROS ALTOS, MERCADO DE AÇÕES NO PAÍS VIVE TEMPESTADE QUASE PERFEITA

Jaqueline MENDES

Uma das mais importantes premissas do mercado financeiro diz que "rentabilidade passada não é garantia de retornos futuros". Quem investe na bolsa sabe – ou está aprendendo agora – que essa tese tem se mostrado mais do que verdadeira. Depois de acumular ganhos de 22,28% em 2023 (o melhor resultado desde 2019), o Ibovespa amarga nos últimos meses uma fuga histórica de investidores, principalmente de estrangeiros. Nos primeiros seis meses deste ano, até a última segunda-feira (24), a saída de capital externo acumulada alcançou impressionantes R$ 40,032 bilhões. Percentualmente, o índice Ibovespa coleciona retração de 8,77% no mesmo período.

A queda contrasta com a situação de outras bolsas na América do Sul, que estão vivenciando um ciclo superpositivo. O

 FOTOS: FREEPIK

BOLSA?

índice S&P Merval, da bolsa de Buenos Aires, subiu 62% desde janeiro. Já a bolsa da Colômbia, a Msci Colcap, soma alta de 16,4%, enquanto a Bvl Peru General, da bolsa peruana, subiu 15,3%. Isso porque, dentro e fora do Brasil, diversos fatores influenciam esse cenário. Do ponto de vista internacional, a expectativa inicial de cortes nas taxas de juros nos Estados Unidos foi ajustada de quatro para apenas um corte esperado, possivelmente entre setembro e dezembro deste ano. Isso ocorreu após indicadores demonstrarem que a economia americana continua robusta, alimentando pressões inflacionárias.

No Brasil, o panorama fiscal tem sido uma preocupação constante. Recentemente, o governo federal se viu pressionado a cortar gastos em um momento de arrecadação desafiadora, tendo revisado a meta fiscal para 2025 visando um déficit zero, o que altera uma previsão anterior de ligeiro superávit. Esta incerteza fiscal tem levado investidores a migrarem para a segurança da renda fixa, com taxas de juros de longo prazo dos títulos do Tesouro Nacional. Além disso, a decisão unânime do Comitê de Política Monetária (Copom), do Banco Central, de manter a taxa básica de juros (Selic) em 10,5% faz com que a segurança da renda fixa fique mais sedutora do que o risco de se investir em ações.

ONDA Na avaliação de Rodrigo Marcatti economista e CEO da Veedha Investimentos, como o Brasil fez a lição de casa no controle da inflação antes do restante do mundo, nossa bolsa atingiu recorde histórico no fechamento do ano. "Mas tivemos algumas águas no chope. Os EUA adiaram os cortes de juros e isso começou a pressionar o mercado. Como recebemos mais dinheiro, também perdemos mais dinheiro", afirmou. "Aí vieram as cabeçadas do governo principalmente em relação a Vale e Petrobras, que são empresas com volume de capitalização muito alto, culminou com fuga de capital. E para ajuda a piorar, vieram os prognósticos negativos em relação ao ajuste fiscal."

A situação da bolsa não é boa, mas podia estar pior, segundo análise do banco americano JPMorgan. A queda das ações tem gerado boas oportunidades de compra no segundo semestre em comparação com outros ativos na América Latina. A equipe de estratégia do JPMorgan manteve uma exposição overweight (acima da média) para o Brasil e para o Chile, neutro em México e underweight (abaixo da média) para Colômbia e Peru. Em relação aos setores, a exposição é overweight no setor imobiliário, financeiro, industrial, consumo básico e underweight em energia, telecomunicações e TI.

Mesmo com esse horizonte de boas possibilidades para o investidor, o JPMorgan revisou sua projeção para o Ibovespa para 4,9% em decorrência de uma deterioração nas expectativas no início do ano, como o cenário fiscal e a pausa do ciclo de flexibilização monetária, aliada ainda a incertezas externas. Para o fim do ano, no cenário base, o JPMorgan projeta o benchmark da Bolsa brasileira em 135 mil pontos (ante 142 mil pontos na projeção anterior) ao fim do ano, 10% acima do fechamento da última segunda-feira. No cenário otimista, iria para 140,5 mil pontos, alta de 15%. No ambiente mais negativo, cairia para 113.700 pontos, baixa de 7%. "Acreditamos que, dentro da América Latina, o Brasil continua sendo a melhor opção, com potencial de receber fluxos se o cenário externo se acalmar. Isto é especialmente verdade agora que a incerteza política está de volta ao México", avalia o JPMorgan, que tem overweight em Brasil não só na América Latina, como também nos mercados emergentes.



PODIA SER PIOR
Fluxo de exportações e boas condições de empresas de agro ajudam a manter a bolsa brasileira como uma opção razoável de investimentos

8,7%
FOI A QUEDA, VERIFICADA ATÉ 26 DE JUNHO, DO ÍNDICE IBOVESPA

A CAMINHO DOS R$ 5 BI



EQUIPE FORTE
Renan Hamilko, CEO da Allez Invest, recrutou executivos de peso do mercado para garantir o sucesso do projeto bilionário

Um dos maiores escritórios da XP na região Sul, a curitibana Allez Invest bate recorde de captação e projeta multiplicar resultados nos próximos dois anos

Jaqueline MENDES

No vibrante cenário do mercado financeiro, poucos marcos são tão celebrados quanto a conquista do primeiro bilhão. A Allez Invest, uma boutique paranaense de soluções de investimento, alcançou esse valor sob custódia em 2023 e deve chegar a R$ 1,8 bilhão até dezembro, segundo o CEO, Renan Hamilko. “Estamos crescendo no maior ritmo da nossa história, com lançamento de novos produtos e atração de número recorde de clientes”, afirmou. Mas esse desempenho bilionário é até modesto se comparado às projeções de crescimento nos próximos anos. Com foco em investimentos atrelados ao mercado imobiliário e opções de produtos em dólar, a Allez prevê chegar a R$ 5 bilhões até 2026. “Como nossa expansão tem sido exponencial, esses novos produtos vão multiplicar nossos resultados nos próximos anos”, disse Hamilko.

Se da porta para fora o mercado de investimentos está superaquecido, da porta para dentro a Allez está fazendo a lição de casa com a contratação de novos

 | FOTOS: KELLY KNEVELS I DIVULGAÇÃO

executivos. O consultor Alberto Marino foi recrutado da SVN Investimentos para comandar a área internacional. A executiva Carolina Godoy fez o mesmo caminho para assumir a cadeira da divisão de seguros, enquanto o economista Juliano Canale ficou responsável pelo front da área comercial. Com ele, a Allez aumentou em 50% sua receita. "Neste ano, passamos de 18 para 30 funcionários, o que vai nos garantir a expansão que projetamos", afirmou Hamilko.

O plano de crescimento tem sido calculado com atenção para não perder a essência de uma boutique de investimento, segundo Arthur Weber Rubert, sócio da Allez Invest. "O principal desafio será crescer com qualidade, identificando novas oportunidades que possam alavancar nosso desenvolvimento", afirmou. "Além disso, é crucial atrair e reter profissionais talentosos que compartilhem dos nossos valores e visão. Manter a excelência na prestação de serviços enquanto expandimos nossa base de clientes também será um fator determinante para o sucesso contínuo."

Fundada há apenas quatro anos, a Allez Invest rapidamente se distinguiu no competitivo mercado financeiro. Com sede em Curitiba e atendendo todo o Paraná, a empresa se estabeleceu como um parceiro credenciado da gigante XP Investimentos, prometendo uma abordagem completa e altamente personalizada para o investidor exigente. Hoje, o escritório mantém mais de 1,2 mil clientes.

A conquista do bilhão em custódia não foi um feito isolado. Veio na esteira de um crescimento exponencial da base de clientes, que viu um aumento de mais de 300%, e de um impressionante salto no tíquete médio por cliente, focando nos segmentos de Alta Renda e Private. "Foi um período de desafios e oportunidades, no qual nos dedicamos a entender profundamente as necessidades de nossos clientes e a adaptar nossa oferta de serviços para atender a essas demandas de forma excepcional", disse Hamilko.



VALORES
Gestora quase dobrou o número de funcionários em 2024, com o cuidado de preservar a essência de uma boutique de investimentos

DIVERSIFICAÇÃO A estratégia da Allez vai além dos números. A empresa ampliou seu leque de serviços oferecidos, introduzindo opções de investimento avançadas como Venture Capital e projetos imobiliários, por meio de fundos de participação e estruturação de Fundos de Investimentos em Direitos Creditórios. O objetivo sempre foi claro: oferecer uma assessoria de investimentos que realmente compreenda e atenda aos objetivos de longo prazo de seus clientes. "O caminho até a marca de um bilhão de reais em custódia foi construído com base em uma equipe de profissionais altamente capacitada e dedicada, além de um forte engajamento

COM APENAS 4 ANOS, GESTORA APOSTA NA OFERTA DE SOLUÇÕES FINANCEIRAS INOVADORAS COMO FORMA DE SE DIFERENCIAR E MIRA NOS SEGMENTOS DE ALTA RENDA E PRIVATE PARA CRESCER A BASE DE CLIETES E ELEVAR O TÍQUETE MÉDIO DOS INVESTIMENTOS

entre todos os sócios. A sinergia e a determinação coletiva foram fundamentais para nosso sucesso, permitindo-nos oferecer um serviço de excelência e soluções financeiras inovadoras aos nossos clientes", disse Rubert.

Segundo ele, diversificação, inovação e ética seguem como pilares da estratégia da Allez para atingir a nova meta. "Estamos desenvolvendo produtos financeiros inovadores para nos diferenciarmos no mercado, ao mesmo tempo em que mantemos um serviço de excelência ponta a ponta. Estamos explorando novos segmentos de mercado e expandindo nossa gama de produtos financeiros para proporcionar uma carteira de investimentos diversificada e robusta para nossos clientes." S

O CÉU BRASILEIRO DA SAP

Os negócios da companhia alemã no Brasil crescem acima da média do restante do mundo, colocando o País em destaque nos balanços globais por 22 trimestres consecutivos. O plano é consolidar a liderança em cloud e Inteligência Artificial para empresas de todos os tamanhos

Hugo CILO

Na infância e na adolescência, algumas das maiores fixações da bailarina Adriana Aroulho eram executar um perfeito *fouetté* — o salto giratório mais difícil do balé — e um *grand jeté en avant*, também um dos mais complexos saltos da modalidade. Mas foi na idade adulta, como presidente da SAP no Brasil, que Adriana deu seu maior salto profissional. No comando da operação brasileira desde agosto de 2020, a executiva ajudou a colocar o País em posição de destaque nos resultados da gigante alemã de tecnologia. Nos últimos 22 trimestres consecutivos, o Brasil tem brilhado no balanço

 FOTO: CLAUDIO GATTI



"ESTAMOS CRESCENDO MUITO, TANTO COM EMPRESAS MAIS TRADICIONAIS, QUE ESTÃO MIGRANDO SEUS SISTEMAS, COMO COM NOVOS CLIENTES QUE JÁ NASCEM NESSE MODELO DE NUVEM"

ADRIANA AROULHO
PRESIDENTE DA SAP BRASIL

“OS RESULTADOS SÃO MAIS UMA PROVA DE QUE ENTRAMOS NA PRÓXIMA FASE DA TRANSFORMAÇÃO”

CHRISTIAN KLEIN
CEO GLOBAL DA SAP

global da companhia, que atingiu faturamento recorde de US$ 33,8 bilhões no ano passado, alta de 7,61% sobre 2022. Nesse mesmo período, a SAP Brasil cresceu acima de dois dígitos, próximo a 20%, ritmo que vem se repetindo há mais de cinco anos. “O País está indo muito bem. A velocidade da adoção de Inteligência Artificial e cloud no País tem superado todos os mercados em que atuamos”, afirmou a presidente, em entrevista exclusiva à DINHEIRO. “Estamos crescendo muito nos últimos anos, tanto com empresas mais tradicionais, que estão migrando seus sistemas, como com novos clientes que já nascem nesse modelo de nuvem.”

O ritmo de expansão dos negócios da SAP no Brasil é diretamente proporcional à velocidade com que as empresas brasileiras vêm adotando novas tecnologias para ganhar eficiência e produtividade. A proliferação das fintechs, a multiplicação da indústria 4.0, a digitalização do varejo e a mecanização do agronegócio, entre tantos outros exemplos, representam oportunidades de geração de receita para companhias de tecnologia como a SAP. Não só porque as empresas querem, mas porque elas precisam — pelo menos para as que pretendem continuar utilizando as ferramentas da SAP. A partir de 2030, quem estiver fora da nuvem computa-

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL



O **Joule**, copiloto de IA generativa baseado em linguagem natural, promete transformar a maneira como os negócios são realizados. O Joule será incorporado em todo o portfólio empresarial da SAP na nuvem para apresentar insights proativos e contextualizados em toda a amplitude e profundidade das soluções da SAP assim como fontes de terceiros.

Ao classificar e contextualizar rapidamente os dados de vários sistemas para obter informações mais inteligentes, o Joule ajuda as pessoas a trabalharem mais rapidamente e a obterem melhores resultados comerciais de uma forma segura e em acordo com normas de compliance.

ALGUMAS DAS G

MRV
A maior construtora da América Latina está migrando sua versão atual de ERP com um banco de dados enorme e em constante crescimento para a nuvem. Ao adotar os mais recentes avanços em ERP, a MRV se adapta às novas demandas da construção civil.

GRUPO EDSON QUEIROZ
Conglomerado está simplificando suas operações para alcançar integração implementando um conjunto personalizado de soluções SAP. O SAP S/4HANA vai centralizar os processos financeiros e contábeis para todo o grupo.

cional não receberá mais atualizações dos softwares da companhia alemã. Será como ter um iPhone 15 top de linha nas mãos, com um sistema operacional de um iPhone 5, fora de linha e que já não atualiza.

Por isso, a SAP estabeleceu como meta levar todos os mais de 15 mil clientes para a nuvem até 2027 — um desafio e tanto, já que implica em investimentos e capacitação de mão de obra. Ou seja, todas as empresas que possuem softwares no modelo de licenciamento precisarão migrar a base de dados para um centro monitorado pela SAP em um modelo de assinatura, não mais pelo pagamento único da compra de licença de softwares para instalação nos computadores. No mundo, a SAP possui atualmente mais de 425 mil empresas como clientes, em 180 países.

O gigantesco desafio no horizonte da SAP é também uma oportunidade imensa de captação de novos contratos. Atualmente, 70% dos clientes da SAP no Brasil não estão na nuvem, o que revela o potencial de crescimento da companhia no País. Além de convencer grandes empresas a migrar o quanto antes para a nuvem — o que não exige grande esforço de convencimento, já que as grandes sabem da importância desse movimento —, a companhia pretende atrair pequenas e médias empresas para suas tecnologias. Faz parte dessa estratégia o lançamento de versões do sistema operacional em nuvem pública de grandes provedores como AWS, Google e Microsoft. E a SAP deve usar como cartão de visita a experiência das grandes empresas, em termos de ganho de eficiência e redução de custos, para convencer as menores. No último trimestre do ano passado, companhias como o frigorífico BRF, o laboratório EMS, a construtora MRV, a papeleira Klabin e a varejista Lojas Renner foram algumas das gigantes que adotaram a SAP para migrar seus dados para a nuvem.

Embora a companhia não revele seus números por região, sabe-se que o ritmo de crescimento tem sido turbinado pela nuvem em todo o mundo. A receita da SAP com softwares e serviços de cloud somou 3,5 bilhões de euros nos três últimos meses do ano passado, avanço de 16% na comparação com igual período do ano anterior. O volume representou 45,5% da receita total da companhia no período. Já o faturamento com o modelo tradicional de vendas de licenças de software foi de 335 milhões, um recuo de






PASSADO E FUTURO
Fundada na Alemanha em 1972, a SAP chegou ao Brasil há três décadas e assumiu a liderança em seu segmento no País

GRANDES MIGRAÇÕES PARA A NUVEM EM 2023

KLABIN
Maior produtora e exportadora de papéis para embalagens do Brasil, com 22 fábricas no País e uma na Argentina, firmou parceria com a SAP para impulsionar a sua transformação digital e visão de maior agilidade e compromisso com a conformidade.

BRF
Uma das líderes globais em alimentos fortalece a parceria com a SAP ao acertar a migração de sua plataforma de TI para a nuvem. A BRF optou por implementar o RISE with SAP para digitalizar suas operações em 35 fábricas e 22 centros de distribuição.

EMS
Líder no mercado farmacêutico brasileiro está fazendo migração de sua plataforma de gestão para o RISE with SAP com o objetivo de impulsionar sua transformação digital. A transição para a nuvem vai modernizar as operações e melhorar a escalabilidade.

RANDONCORP
Um dos principais conglomerados brasileiros de empresas automotivas adotou o RISE with SAP para apoiar sua estratégia de fusões e aquisições e plano de crescimento. A holding pretende unificar e padronizar o seu sistema de TI sob uma única plataforma.

LOJAS RENNER
A varejista está redefinindo a experiência de compra com um investimento estratégico em uma plataforma omnichannel, apoiada pela SAP Commerce Cloud. O objetivo é reduzir a distância entre o varejo físico e digital e aprimorar a experiência do cliente.

ÍLIA
Empresa brasileira de tecnologia especializada em soluções digitais para retenção e conversão de clientes adotou o GROW with SAP para apoiar seu ambicioso plano de expansão e aumentar substancialmente a receita nos próximos dois anos.



ENTREVISTA

ADRIANA AROULHO
PRESIDENTE DA SAP BRASIL

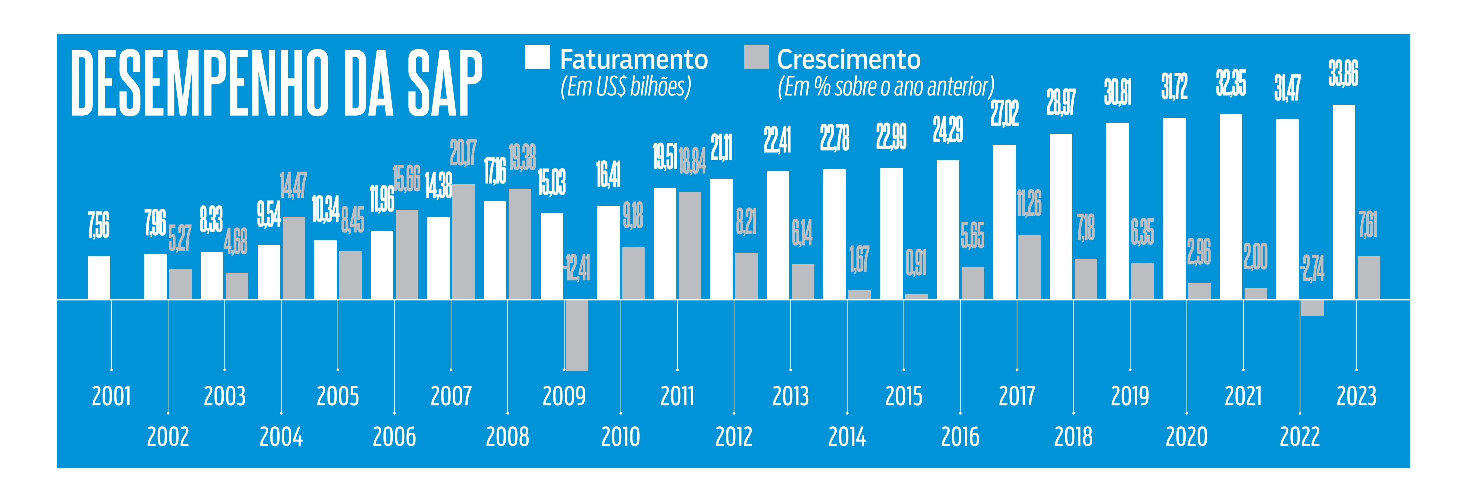
"A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL PRECISA SER CONFIÁVEL, RELEVANTE E RESPONSÁVEL"

Há muito tempo se fala em nuvem e IA nas empresas, como se fossem a reinvenção da roda. O que é fato e o que é euforia nisso tudo?
É verdade que o advento da nuvem é algo que já vem ocorrendo gradativamente há algum tempo, mas de uns quatro anos para cá a coisa começou a avançar a passos mais rápidos. Muito rápidos. Isso é bem positivo. A migração para a cloud [armazenamento de dados em nuvem] possibilita oferecer a tecnologia como serviço, não só como produto. Isso traz muita flexibilidade para as empresas. Temos percebido um ganho muito grande de produtividade nas empresas. Como somos uma companhia de tecnologia B2B, ou seja, a gente serve outras empresas, estamos conseguindo enxergar esses avanços importantes bem de perto.

E a Inteligência Artificial?
Trata-se de uma incrível ferramenta de ganho de produtividade. O recém-lançado Joule, nosso novo assistente de IA generativa, aumenta em mais de 20% a produtividade nas áreas em que é aplicado. Isso sem falar no imenso ganho de qualidade. Mas é importante dizer que dentro da SAP temos como premissa o que chamamos de '3Rs': em inglês, *reliable, relevant e responsable*. Ou seja, acreditamos que a Inteligência Artificial é importante para o futuro das empresas, mas precisa ser confiável, relevante e responsável. Por trás da IA, temos sempre o humano. Brincamos que o nosso Joule é como uma joia, porque acreditamos que é uma grande joia para as empresas. Uma joia que vai fazer toda a diferença para os negócios.

17% contra o resultado do terceiro trimestre de 2022. A receita com serviços de suporte a software, de 2,9 bilhões, caiu 5%, na mesma base comparativa. "Os resultados são mais uma prova de que entramos na próxima fase da nossa transformação", afirmou Christian Klein, presidente global da SAP, ao apresentar os resultados. "Aceleramos o crescimento da nuvem em todo o nosso portfólio e expandimos significativamente nossas margens brutas de nuvem."

Em paralelo ao avanço da nuvem, a SAP aposta na popularização de seu robô de Inteligência Artificial, o Joule. A novidade, lançada em setembro de 2023, é um copiloto de IA generativa baseado em linguagem natural. O Joule tem sido incorporado em todo o portfó-



 FOTOS: CLAUDIO GATTI | NORBERT STEINHAUSER

O que, na prática, isso representa nas estratégias?
Representa que queremos ter muitas parcerias globais para desenvolver mais soluções integradas com Inteligência Artificial. Queremos ser o player número um de business AI. Estamos no Brasil há 30 anos e temos uma base fiel de grandes clientes. O foco agora é poder levar nossas tecnologias para pequenas e médias empresas.

Como o Brasil está em termos de maturidade e adoção dessas tecnologias?
Pelos números da SAP, está indo muito bem. A velocidade da adoção de Inteligência Artificial e cloud no País tem superado todos os mercados em que atuamos. O Brasil tem sido um destaque da SAP, citado nos últimos 22 trimestres como uma operação de crescimento de dois dígitos na nuvem e de adoção de tecnologias disruptivas.

Que perfil de empresa está aderindo mais à transformação digital no País?
Todo tipo de empresa. Estamos crescendo muito nos últimos anos tanto com empresas mais tradicionais, que estão migrando seus sistemas, como com novos clientes que já nascem nesse modelo de nuvem.

Qual a ambição da SAP no mercado de pequenas e médias empresas?
Já crescemos bastante nas médias empresas. Agora, temos solução para pequenas empresas em crescimento, começando com uma nuvem pública mais padronizada e podendo escalar. São soluções mais customizadas e ajustadas às realidades de cada empresa.

Quais são os desafios para o crescimento da SAP no Brasil?
Sem dúvida, um dos principais desafios é a falta de profissionais de tecnologia. Estamos investindo em programas de formação e parcerias para enfrentar essa questão. Mas, desde a pandemia, com o trabalho home office, concorremos com empresas do mundo todo. Então, nosso empenho tem sido atrair talentos, formar esses profissionais e tentar garantir a permanência deles na SAP. Esse desafio não é só nosso. É de todo o mercado, dentro e fora do Brasil.

Quais setores da economia têm se destacado mais nos resultados da SAP?
O agronegócio é um setor de muito crescimento. Empresas familiares estão se profissionalizando, e temos grandes cooperativas buscando essa profissionalização conosco. Acredito que muito do potencial de crescimento está no campo.

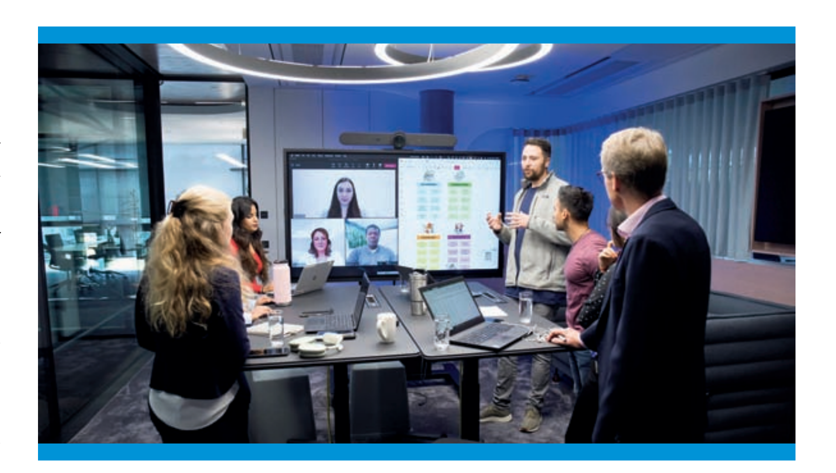
Algum setor específico teve queda no País nos últimos anos?
A grande vantagem da SAP é atuar em 25 diferentes segmentos da indústria. Então, sempre há compensações. Durante a pandemia, alguns setores retraíram enquanto outros aceleraram, como o delivery alimentício, de um lado, e o varejo físico, de outro.

E quanto ao futuro, quais são os planos da SAP no Brasil?
Continuaremos investindo em tecnologia, parcerias e formação de profissionais para manter nosso crescimento e liderança no mercado.

lio empresarial da SAP na nuvem para apresentar insights proativos e contextualizados em todas as soluções.

PRODUTIVIDADE O Joule, segundo a empresa, será incorporado a aplicações da SAP, de RH e finanças a cadeia de suprimentos, compras e experiência do cliente, assim como na SAP Business Technology Platform — principal hub de serviços da companhia. Assim como uma Alexa (Amazon), um Einstein (Salesforce) ou uma Siri (Google), o Joule se propõe a transformar a experiência dos usuários de soluções da SAP. Os funcionários simplesmente fazem perguntas ou apresentam um problema a ser resolvido, em linguagem simples, e recebem respostas inteligentes extraídas da riqueza de dados de negócios, textos, imagens e insights de todo o portfólio da SAP e de fontes de terceiros, mantendo o contexto e sem vieses.

Na visão da presidente da SAP no Brasil, o Joule vai turbinar a produtividade das empresas, ampliar a eficiência e reduzir custos. “O Joule aumenta em mais de 20% a produtividade nas áreas em que é aplicado. Isso sem falar no ganho de qualidade”, afirmou Adriana.



DIGITALIZAÇÃO CORPORATIVA
A recém-lançada Inteligência Artificial da SAP promete aumentar em 20%, em média, a produtividade das empresas

“Por trás da IA, temos sempre o humano. Brincamos que o nosso Joule é como uma joia, porque acreditamos que é uma grande joia para as empresas”, acrescentou.

A julgar pela confiança e otimismo no crescimento da operação brasileira da SAP, é com Inteligência Artificial e na nuvem que Adriana Aroulho planeja seus próximos saltos.



CIMED QUER C

Aquisição da empresa de cosméticos visa diversificar portfólio, ampliar presença no mercado de beleza e da rede de distribuidoras

Allan RAVAGNANI

FRANCA EXPANSÃO
Em 2023, a Cimed alcançou R$ 3 bilhões em receitas, tendo como meta chegar aos R$ 5 bilhões de faturamento até 2025

 FOTOS: DIVULGAÇÃO

AMPLA VARIEDADE
A Jequiti tem uma linha de mais de 500 produtos de perfumaria e cosméticos









R GIRAR A RODA DA JEQUITI

Na última semana o mercado e a imprensa noticiaram que as negociações entre o Grupo Cimed e o Grupo Silvio Santos, para realizar a transação da Jequiti Cosméticos, estavam em fase final. Avaliada em aproximadamente R$ 450 milhões, segundo informações do mercado, a Jequiti pode representar um passo estratégico para a Cimed, que visa diversificar seu portfólio e ampliar sua atuação no segmento de beleza e higiene pessoal. Procuradas pela DINHEIRO, a Cimed respndeu "não ter nenhuma informação" sobre o negócio, enquanto a Jequiti sequer retornou aos e-mails. Um silêncio que diz muito no mundo corporativo.

A aquisição da Jequiti permitiria à Cimed expandir sua oferta de produtos para além dos medicamentos genéricos. Caroline Sanchez, analista da Levante Inside Corp, falou à DINHEIRO que "essa diversificação permite que a Cimed explore novos segmentos de mercado e reduza sua dependência exclusiva do mercado de genéricos". A Jequiti, com mais de 500 produtos em perfumaria, maquiagem e cuidados diários, oferece uma ampla gama que complementa a linha da farmacêutica.

Com a compra da empresa de Silvio Santos, a Cimed pretende também fortalecer sua posição no varejo, aproveitando a grande rede de revendedoras porta a porta da marca de cosméticos. "Ao adquirir a Jequiti, a Cimed expande sua presença no varejo e ganha escala, fortalecendo sua posição competitiva no mercado farmacêutico e de beleza, que tem uma demanda muito aquecida", afirma Sanchez. Atualmente, a Jequiti conta com cerca de 260 mil consultoras em todo o Brasil, uma rede que a Cimed poderá utilizar para impulsionar suas vendas diretas.

A Jequiti, sendo uma empresa de capital fechado, não divulga seus resultados financeiros, o que torna a avaliação dessa transação um desafio. Rogério Paulucci Mauad, professor de Finanças nos cursos de pós-graduação da Fipecafi, explica que "para sabermos se o valor de R$ 450 milhões pela aquisição da empresa é justo, precisaríamos ter acesso aos principais números da empresa, tais como lucro líquido por ação, Ebitda e os níveis de endividamento". Comparando com concorrentes como a Natura, que negocia a múltiplos mais altos, a Jequiti, com sua marca consolidada e canal de distribuição direto, pode ser considerada um ativo valioso.

Outro ponto observado pelos analistas foram os ganhos com as sinergias operacionais, como o compartilhamento da infraestrutura logística, administrativa e de compras, resultando maior eficiência e redução de custos. "Essa sinergia pode melhorar a rentabilidade da operação combinada", seguiu Caroline Sanchez. A integração das operações das duas empresas pode potencializar a distribuição e a presença de ambas no mercado.

Ao avançar no segmento de cosméticos e higiene pessoal, a Cimed se torna menos dependente do mercado de medicamentos, o que reduz os riscos e torna a empresa menos suscetível a oscilações específicas desse setor. "Essa diversificação de receitas fortalece a Cimed como player relevante não apenas no mercado farmacêutico, mas também no de beleza e higiene pessoal", ressaltou Caroline. Além disso, a transação também pode aumentar a concorrência no setor, beneficiando os

consumidores com mais opções e preços competitivos. “Essa movimentação pode impactar positivamente a dinâmica concorrencial do setor, trazendo benefícios aos consumidores finais”, afirmou Caroline.

ROLETRANDO Fundada em 2006, a Jequiti é reconhecida nacionalmente e famosa pelas propagandas no SBT, emissora de televisão do fundador Silvio Santos. Com mais de 500 produtos e uma rede de 260 mil consultoras, a marca tem um forte apelo no mercado brasileiro. Em 2023, a Cimed alcançou R$ 3 bilhões em receitas e um lucro de R$ 248 milhões, tendo como meta chegar aos R$ 5 bilhões de faturamento até 2025. A aquisição da Jequiti é parte dessa estratégia de crescimento.

Hoje o Grupo Cimed tem muito a cara de João Adibe Marques, 52 anos, presidente da empresa que tem bastante atuação e exposição nas redes sociais promovendo os produtos e a companhia. A empresa, no entanto, foi fundada em 1977, por seu avô João de Castro Marques, que já atuava no setor farmacêutico, tendo fundado o laboratório Prata na década de 1950. Adibe começou a trabalhar na empresa aos 15 anos, se envolvendo diretamente na operação do negócio. Nos últimos 30 anos, junto de sua irmã, Karla Marques, está na liderança do grupo. De acordo com a Forbes, a fortuna de João Adibe é estimada em R$ 4,7 bilhões. Ele entrou para o ranking de bilionários brasileiros da revista em 2023.

FAMA TELEVISIVA
Jequiti é conhecida nacionalmente e famosa pelas propagandas exibidas no SBT, emissora do fundador Silvio Santos

Em entrevista concedida à edição de maio da revista Exame, João Adibe Marques, CEO da Cimed, revelou seu interesse em explorar o canal de vendas diretas. Adibe mencionou que sua aposta para o último trimestre de 2024 é a venda porta a porta de perfumes e maquiagens, usando farmácias como pequenos centros de distribuição para a venda direta ao consumidor final.

O mercado de venda direta no Brasil atualmente emprega mais de 3,5 milhões de empreendedores independentes, conforme dados da Associação Brasileira de Venda Direta (ABDV). Esse modelo de negócios ganhou popularidade com revendedoras de marcas renomadas como Natura, Boticário, Avon e Jequiti. Em 2023, o volume de negócios girado por essas trabalhadoras foi de aproximadamente R$ 47 bilhões.



QUÍMICA DO MERCADO
João Adibe Marques, CEO da Cimed, tem interesse em explorar mais o canal de vendas diretas da farmacêutica

 FOTOS: DIVULGAÇÃO | CLAUDIO GATTI

PF ENTRA NO CASO AMERICANAS

EX-CEO E EX-DIRETORA DA REDE VAREJISTA SÃO PROCURADOS APÓS DEFLAGRAÇÃO DA OPERAÇÃO DISCLOSURE, CONTRA UMA FRAUDE CONTÁBIL BILIONÁRIA

Letícia FRANCO



PLANILHAS POLÊMICAS
Uma das maiores redes varejistas do País se reestrutura após rombo bilionário revelado em 2023

 FOTOS: MAURO PIMENTEL/AFP | DIVULGAÇÃO

Em janeiro de 2023, a Americanas anunciava ao mercado a existência de "inúmeras inconsistências contábeis" e um rombo patrimonial estimado, inicialmente, em R$ 20 bilhões. Em seguida, a empresa revelou que a dívida chegava a R$ 43 bilhões. O problema financeiro levou uma das maiores varejistas do País a entrar com pedido de recuperação judicial. Suas ações no mercado financeiro despencaram. Houve fechamento de cerca de 130 lojas e demissões de mais de 10 mil funcionários. Um ano e meio depois, enquanto a companhia se reestrutura sob o comando de Leonardo Coelho, a Americanas é cercada por uma nova polêmica, que reacende o escândalo do último ano. Na quinta-feira (27), a Polícia Federal (PF) iniciou uma operação batizada de "Disclosure" contra as fraudes contábeis da empresa que, segundo investigações, chegaram a R$ 25 bilhões. As equipes da PF tentam prender o ex-CEO Miguel Gutierrez e a ex-diretora Anna Christina Ramos. Ambos são considerados foragidos.

De acordo com as investigações da PF, os ex-diretores teriam praticado fraudes contábeis relacionadas a operações de risco sacado, nas quais a varejista conseguia antecipar o pagamento a fornecedores por meio de empréstimo junto aos bancos, e verba de propaganda cooperada (VPC), que são incentivos comerciais geralmente utilizados no setor. No caso da varejista, foram contabilizadas VPCs que nunca existiram, de acordo com as apurações das autoridades. Esses fatores maquiaram os resultados financeiros do conglomerado a fim de demonstrar um falso aumento de caixa e consequentemente valorizar as ações das Americanas na bolsa de valores.

Além da busca pelo ex-CEO e pela ex-diretora, que são considerados foragidos no exterior e terão seus nomes incluídos na Difusão Vermelha da Interpol, a lista dos mais procurados do mundo, são executados mais 15 mandados de busca e apreensão contra outros ex-executivos da companhia. A Justiça Federal ainda determinou o bloqueio de R$ 500 milhões em bens dos envolvidos. A força-tarefa, que conta com a colaboração da atual diretoria do grupo Americanas, também tem a participação do Ministério Público Federal (MPF) e da Comissão de Valores Mobiliários (CVM).

CONFIANÇA A Americanas afirmou em nota "sua confiança nas autoridades que investigam o caso". A companhia reforçou "que foi vítima de uma fraude de resultados pela sua antiga diretoria, que manipulou dolosamente os controles internos existentes". "A Americanas acredita na Justiça e aguarda a conclusão das investigações para responsabilizar judicialmente todos os envolvidos", concluiu o comunicado. Após início da operação, as ações da varejista abriram o pregão de quinta-feira (27) estáveis, cotadas a R$ 0,40. Os papéis, inclusive, sofrem desde que o rombo contábil veio à tona em janeiro do ano passado.




NA MIRA
EQUIPES DA POLÍCIA FEDERAL TENTAM PRENDER O EX-CEO MIGUEL GUTIERREZ E A EX-DIRETORA ANNA CHRISTINA RAMOS. DE ACORDO COM AS INVESTIGAÇÕES, ELES TERIAM PRATICADO FRAUDES CONTÁBEIS NAS OPERAÇÕES DE RISCO SACADO

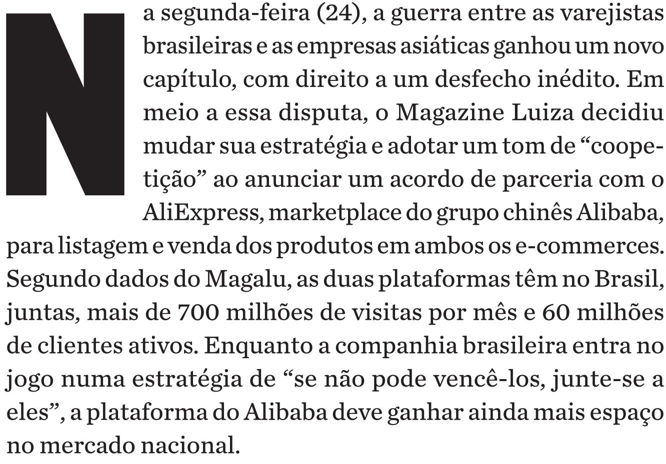
Para dar a volta por cima, o plano da Americanas, que tem como sócios os bilionários Jorge Paulo Lemann, Marcel Telles e Beto Sicupira, da 3G Capital, é colocar para rodar uma estratégia de reinvenção operacional. Em março deste ano, o atual CEO da Americanas, Leonardo Coelho, afirmou à DINHEIRO que a empresa deve passar de uma dívida de quase R$ 43 bilhões para R$ 1,875 bilhão, que é o total da nova dívida bruta com debêntures. "No desenho que definimos para a recuperação judicial, a gente sai desse processo provavelmente em meados deste ano, com uma situação de balanço extremamente confortável", disse Coelho. Enquanto isso, a polícia bate à porta dos ex-executivos.

ALIANÇA DIGITAL



Em parceria inédita, varejista brasileira Magalu e plataforma chinesa AliExpress anunciam vendas de produtos em ambos os e-commerces. Na mira estão 60 milhões de clientes

Letícia FRANCO



Na segunda-feira (24), a guerra entre as varejistas brasileiras e as empresas asiáticas ganhou um novo capítulo, com direito a um desfecho inédito. Em meio a essa disputa, o Magazine Luiza decidiu mudar sua estratégia e adotar um tom de "coopetição" ao anunciar um acordo de parceria com o AliExpress, marketplace do grupo chinês Alibaba, para listagem e venda dos produtos em ambos os e-commerces. Segundo dados do Magalu, as duas plataformas têm no Brasil, juntas, mais de 700 milhões de visitas por mês e 60 milhões de clientes ativos. Enquanto a companhia brasileira entra no jogo numa estratégia de "se não pode vencê-los, junte-se a eles", a plataforma do Alibaba deve ganhar ainda mais espaço no mercado nacional.

Negociada ao longo dos últimos sete meses, a operação cross-border é uma estreia para as duas empresas. É a primeira vez que o Alibaba, por meio do AliExpress, faz um acordo desse tipo com uma companhia fora da China. Para o Magalu, é a primeira vez que seus produtos serão comercializados por meio de outro marketplace. Com isso, o AliExpress passará a vender itens da sua linha Choice, um serviço de compras premium com o melhor custo-benefício e velocidade de entrega, no marketplace do Magalu. Os pedidos realizados serão importados por meio do programa Remessa Conforme. Ao mesmo tempo, a brasileira disponibilizará a categoria de bens duráveis (como geladeiras e micro-ondas) do seu próprio estoque na plataforma nacional da parceira. São itens complementares para o portfólio da chinesa. "Já a oferta de nosso 1P [o varejista é o fornecedor direto do produto para o marketplace] no AliExpress vai fortalecer as vendas e consolidar a absoluta liderança nas categorias que são tradicionais da companhia. Há uma complementaridade total de sortimento, sem sobreposição", disse Frederico Trajano, CEO do Magalu.

Não é possível mensurar quanto as duas empresas juntas vão deter do e-commerce brasileiro. O setor movimentou R$ 185,7 bilhões em 2023. A perspectiva é de crescimento de 10,45% para este ano, segundo dados da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (Abcomm). Só no primeiro trimestre de 2024, o faturamento do Magalu no comércio eletrônico foi de R$ 11 bilhões, aumento de 1% sobre o mesmo período do ano

 FOTOS: CLAUDIO GATTI | DIVULGAÇÃO



PARCERIA
União do Magalu com a AliExpress inaugura uma nova fase do varejo eletrônico cross border, com duas gigantes unidas para atender os mais de 60 milhões de clientes ativos

anterior. Já o faturamento da divisão internacional de vendas de produtos do grupo Alibaba foi de US$ 3,8 bilhões (R$ 20,5 bilhões) até março. A companhia não reporta dados locais.

Criado em 2010, o marketplace do Alibaba opera em território brasileiro há quase 15 anos. De acordo com informações do AliExpress, o Brasil é um dos seus maiores mercados e um dos poucos países onde a empresa atua localmente com plataforma aberta a lojas nacionais. Agora, a parceria com a gigante brasileira é um passo estratégico para a chinesa turbinar a operação local. Para Kai Li, CEO Latam do AliExpress, a inclusão dos itens do Magalu garante mais variedade e impulsiona a experiência do cliente. "Temos focado cada vez mais na expansão da nossa operação local, reforçando o compromisso do AliExpress em contribuir com o desenvolvimento do e-commerce brasileiro", afirmou.

SETOR O acordo é visto como mais uma estratégia inteligente e até mesmo considerada natural do varejo brasileiro diante do avanço das empresas estrangeiras. As compras no Mercado Livre, Amazon, Shopee, AliExpress e Shein caíram no gosto dos consumidores. O sucesso é tanto que, neste mês, o Senado Federal e a Câmara dos Deputados aprovaram a taxação das compras internacionais de até US$ 50, popularmente apelidada de "taxa das blusinhas", como uma forma de fazer frente ao avanço dos sites internacionais. Segundo Alberto Serrentino, fundador da Varese Brasil e vice-presidente da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo, as companhias estrangeiras, especialmente as asiáticas, devem continuar fortes. "Temos a ascensão da Shopee e a recém-chegada Temu, indicando que essas empresas devem se aproximar e fortalecer no mercado nacional por vários caminhos, seja via parcerias, fusões ou aquisições", disse.

Ao entrar na onda do cross-border, o Magalu sai na frente das demais varejistas brasileiras, que buscam ferramentas para encarar essa disputa de forma mais igualitária. As ações da companhia chegaram a subir até 14,4% após o anúncio. Segundo relatório da Genial Investimentos, o acordo é uma relação de ganha-ganha para o Magalu, tanto na venda dos produtos do AliExpress no seu marketplace, quanto na atuação dentro da plataforma chinesa. Se cada um luta com as armas que tem, o Magalu encontrou na aliança com o rival uma maneira de ganhar a batalha.





AUTÓDROMO VELOCITTA, NO INTERIOR DE SÃO PAULO, CRIA BIKE PARK PARA INCREMENTAR OS NEGÓCIOS QUE SÃO GERIDOS PELO PILOTO GUIGA SPINELLI

Beto SILVA

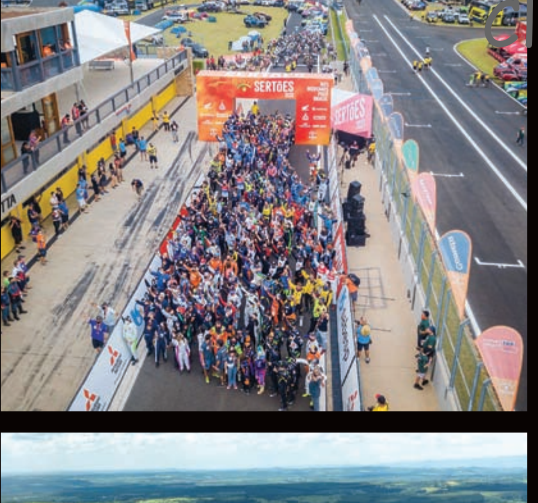
INVESTIMENTO ACEL

Guiga Spinelli é um dos nomes mais expoentes do automobilismo brasileiro. O piloto carioca é pentacampeão do Rally dos Sertões, tetracampeão brasileiro de Rally Raid e duas vezes Top 10 do Rally Dakar. Com 25 anos de carreira, hoje os 51 anos está em uma nova fase profissional. Voltou o ano passado a disputar o Sertões depois de um hiato. E está em preparação para encarar novamente em setembro o maior evento esportivo off Road do Brasil e tem em seu plano de percurso retornar também ao Dakar em breve. Tudo em parceria entre sua equipe, a Spinelli Racing, e a Mitsubishi Motors, que também retomou às atividades recentemente. Mais experiente, o piloto tem escolhido melhor as competições que vai disputar. Está em menor frequência, mas em atividade constante. Ao melhor estilo dos trechos cronometrados dos rallys. Como empresário, porém, o momento é de pé no acelerador.

Desde 2018 ele administra o Autódromo Velocitta, localizado uma fazenda no eixo entre Mogi Guaçu (SP) e Espírito Santo do Pinhal (SP), homologado pela FIA (Federação Internacional de Automobilismo) e pela CBA (Confederação Brasileira de Automobilismo). Recebe as principais categorias da modalidade. E também tem uma vertente de negócios B2B para receber eventos, seja para as empresas proporcionarem experiências a colaboradores e clientes, treinamentos de lideranças, networking com fornecedores, comemorações ou prospecto de novos contratos. Agora, para aumentar o mapa de serviços e possibilidades, o Velocitta lança o Bike Park, um espaço dedicado à prática do esporte pelas famílias, entusiastas do ciclismo e atletas profissionais. "Já é um desafio enorme manter o autódromo, que já pegamos com boa estrutura e uma agenda de eventos consolidada. Mas é um desafio ainda maior expandir os negócios. O Bike Park amplia nosso cardápio", disse Spinelli à DINHEIRO. O novo projeto vai funcionar no modelo B2B, que caracteriza o autódromo, mas também vai atender às pessoas físicas que visitam o local, ingressando no B2C.

As pistas do Bike Park somam aproximadamente 40 km e foram projetadas para atender a todas as faixas etárias e modalidades de









ELERADO

mountain bike: cicloturismo, enduro e XCO. No cicloturismo, atende iniciantes, intermediários e avançados. São quatro trilhas dentro da fazenda, com percursos de 15, 20 e 25 quilômetros. No enduro, existem quatro pistas de 750 metros em descida, cada uma com diferentes níveis de dificuldade. Já o circuito de XCO possui uma pista de 4,5 quilômetros, projetada para provas de aproximadamente 1h30 ou para ciclistas que se identificam com a modalidade. E o Bike Park Velocitta também oferece a modalidade e-Bike, de bicicletas assistidas por motor elétrico.

O PROJETO O desenvolvimento e construção do Bike Park contaram com a contribuição de profissionais de excelência no ciclismo, como Mario Roma (um dos idealizadores do projeto) e Márcio Ravelli (projetista e construtor das pistas). As primeiras pistas de montain bike começaram a ser construídas

LAZER E NEGÓCIOS
Bike Park é a nova aposta de Guiga Spinelli para aumentar as opções de atividades na Fazenda Velocitta, que tem autódromo e operações de pecuária e agricultura

ano passado e as obras seguem em andamento com planos de finalização ao longo deste ano.

Com o Bike Park, Spinelli pretende incrementar os casos de uso do espaço. O autódromo está ocupado 200 dias por ano — já teve média de 150 dias —, entre montagem e desmontagem de estruturas e a realização de eventos. As atividades no local, para ações de empresas, custam entre R$ 70 mil e R$ 1 milhão, como ocorreu recentemente ao ser palco de um evento de empresa com show musical para 500 convidados. "O céu é o limite", afirmou Spinelli sobre os formatos de atividades que pode receber. A expectativa é aumentar em 10% neste ano volume de dias utilizados. Quando o Bike Park estiver totalmente em funcionamento, vai contribuir para aumentar esse número, já que estão nos planos eventos integrados com o autódromo.

A gestão do Velocitta tem sido bem-sucedida. E Spinelli tem absorvido maior responsabilidade na fazenda, com a administração também das linhas de pecuária e agricultura do local, que avança na certificação para envasamento de água mineral. Tudo negociado com seu sogro, o empresário e velejador Eduardo de Souza Ramos, dono da Mitsubishi no Brasil e proprietário da Fazenda Velocitta. Nada de conversas sobre negócios na mesa do almoço de domingo em família. As reuniões têm de ser marcadas, como manda o manual corporativo. "Essa separação entre pessoal e empresarial é importante", disse Spinelli. Tem dado certo. E os investimentos estão acelerados, com o perdão do trocadilho.



NOVO ESTILO DE GESTÃO

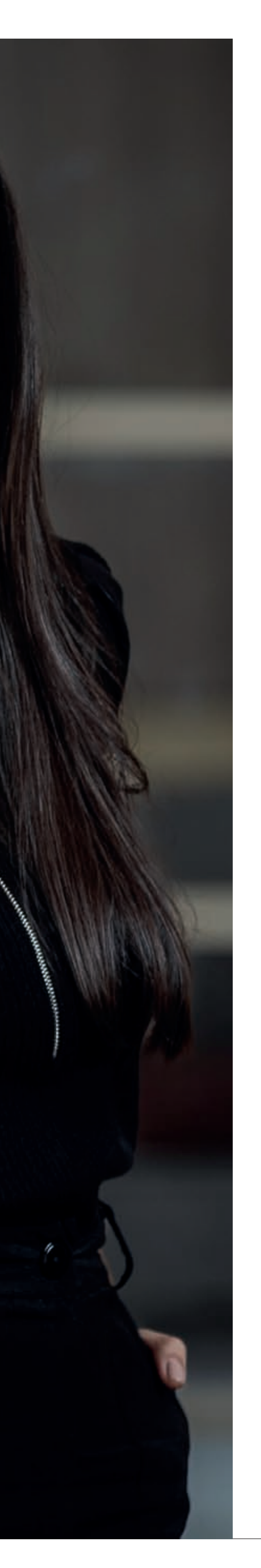
Sob direção de Mariana Delfino, grupo formado pelas empresas SIT Trade e iFollow cresce à medida que oferece soluções integradas

Letícia FRANCO

O grupo de trade marketing formado pelas empresas SIT Trade e iFollow dobrou o faturamento e fechou o último ano com aumento de 83% na carteira de clientes, entre eles Ambev, Oxxo, Pepsico e Swift. O crescimento foi fruto de uma série de mudanças, com ampliação de serviços e um estilo de gestão horizontal. Tudo isso foi capitaneado por Mariana Delfino, que conduziu a empresa para esse caminho desde a sua chegada em 2020, como gerente de projetos e operações. Em 2023, ela se tornou CEO, quando ainda tinha 26 anos. Hoje, com 28, a executiva comemora a fase inédita da companhia e traça novos planos. "A meta é crescer cerca de 25% neste ano e expandir nosso mercado, chegando a outros países da América Latina", disse a CEO à DINHEIRO.

O grupo, que atende mais de 100 empresas em todos os Estados e no Distrito Federal, desembarcou no México recente-

 FOTOS: ADRIANO VIZONI/DIVULGAÇÃO | DIVULGACÃO





O FOCO ESTAVA NA PRODUÇÃO DE MATERIAIS DE PONTOS DE VENDA. ERA PRECISO EXPANDIR NOSSA ÁREA DE ATUAÇÃO PARA CRESCER. A META É AVANÇAR CERCA DE 25% NESTE ANO

MARIANA DELFINO
CEO DO GRUPO DE TRADE MARKETING

mente. Essa era uma das metas da empresa quando Mariana chegou lá quatro anos atrás. Formada em engenharia de produção pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), a executiva começou a carreira no mercado financeiro. Os planos mudaram quando aceitou o desafio de estruturar o grupo de trade marketing criado em 2019 e administrado por Marcos Delfino, seu pai. "O foco estava na produção de materiais de pontos de venda. Era preciso expandir nossa área de atuação para crescer", afirmou a CEO.

Com o objetivo de oferecer muito mais que produção dos materiais de trade marketing, o grupo criou no início de 2021 um sistema de tecnologia para acompanhamento de cada etapa da jornada. O iFollow permitiu automatizar a gestão de campanhas e ativos, destacar estrategicamente os produtos nos PDVs e desenvolver soluções personalizadas para as demandas específicas de cada cliente. Como a intenção era de contribuir com o projeto desde o primeiro passo, a empresa começou a operar na área de criação e planejamento dos projetos no ano seguinte. Além disso, o grupo conta com serviços logísticos voltados para a regionalização com uma base de parceiros homologados em cidades como Salvador, Curitiba, Belo Horizonte e Rio de Janeiro.

GESTÃO O crescimento da holding também está relacionado ao estilo de gestão adotado pela executiva. Desde a chegada da executiva, houve aumento de 1.500% da equipe. Para Mariana, os números são reflexos de uma gestão consultiva, que prioriza a participação dos colaboradores, e também aposta no desenvolvimento de jovens talentos e na igualdade de gênero. Atualmente, as mulheres representam 50% do quadro de líderes do grupo, enquanto correspondem a 48% nos demais cargos. "Uma cultura organizacional baseada em pesquisas que comprovam que a diversidade estimula o ambiente de inovação, o que gera crescimento para o negócio", disse ela.

Segundo a Korn Ferry, empresa global de consultoria organizacional, empresas diversificadas e inclusivas têm 76% mais probabilidade de ver ideias serem produzidas e têm receitas de inovação 19% mais elevadas. É com uma gestão consultiva e um time diverso que Mariana Delfino quer ganhar cada vez mais mercado — dentro e fora do País — por meio de inovação e soluções integradas de trade marketing. S

83%
DE AUMENTO NO NÚMERO DE CLIENTES REGISTROU A EMPRESA

100%
FOI O CRESCIMENTO DA RECEITA DO GRUPO NO ANO PASSADO

50%
É O ÍNDICE DE MULHERES EM CARGOS DE LIDERANÇA NO GRUPO



MODELO HORIZONTAL
O grupo formado pelas empresas SIT Trade e iFollow aumentou a carteira de clientes e hoje atende companhias como Oxxo, Ambev, Pepsico e Swif

Empresa de cosméticos mantém hegemonia no ranking da Merco ao longo dos últimos 10 anos e se consolida como referência nacional de ações sociais, governança e relacionadas ao meio ambiente

Alexandre INACIO

NATURA DOMINA O ESG

Pergunte a um desconhecido na rua qual é a primeira empresa que vem à mente quando o assunto é boas práticas relacionadas a aspectos sociais, ambientais e de governança. Ainda que não se consiga apontar as razões, na esmagadora maioria dos casos, a resposta será quase a mesma: Natura. Essa presença no inconsciente coletivo não é por acaso. Pelo décimo ano consecutivo, a empresa fundada em São Paulo por Luiz Seabra em 1969 ocupou o topo do ranking anual elaborado pela consultoria espanhola Merco. A lista traz as 100 empresas com atuação no Brasil, com maior responsabilidade ESG dao país.

O termo ESG foi cunhado em 2004 e apareceu pela primeira vez em uma publicação do Pacto Global das Nações Unidas, em parceria com o Banco Mundial. Ele nasceu a partir de uma provocação do então secretário-geral da ONU Kofi Annan feita a CEOs de grandes instituições financeiras sobre como os gigantes do mercado financeiro poderiam integrar fatores sociais, ambientais e de governança no mercado de capitais.

Duas décadas mais tarde, o ESG ganhou visibilidade, passou a fazer parte do dia-a-dia de empresas além do mercado financeiro e se consolidou não apenas como a evolução da sustentabilidade empresarial, mas a própria sustentabilidade corporativa em si. As práticas ESG das corporações passaram a ser determinantes na tomada de decisão de investidores e uma ferramenta de reputação corporativa.

"O vanguardismo da Natura existe desde sua concepção como empresa e em seu modelo de negócio. Somos carbono neutro desde 2007, quando ainda ninguém falava nesse assunto. Estar há tanto tempo nessa posição nos traz uma responsabilidade muito grande para continuar inovando e indo cada vez mais longe", disse à DINHEIRO Ana Beatriz Macedo da Costa, vice-presidente de sustentabilidade da Natura.

Ao longo dos últimos dez anos, a Natura criou suas próprias metodologias e processos. A empresa desenvolveu um Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) exclusivo para medir o progresso social e econômico de suas consultoras. Implemen-





R$ 2,7 É O RETORNO SOCIOAMBIENTAL GERADO PELA NATURA PARA CADA R$ 1 DE RECEITA OBTIDO PELA COMPANHIA

 | FOTOS: ROBERTO SETTON | VANESSA SERRA | DIVULGAÇÃO

"Estar no topo por tanto tempo nos traz a responsabilidade de continuar inovando para poder ir além daquilo que já fizemos nos últimos 10 anos"

ANA COSTA
VP DE SUSTENTABILIDADE DA NATURA

NO BRASIL

tou o chamado Índice de Progresso Social (IPS) para mensurar a evolução econômica e social das comunidades de florestas de onde são geradas as matérias-primas para os produtos.

Em 2021, a Natura implementou o *Integrated Profit and Loss* (IP&L), índice que mede o impacto socioambiental da companhia em relação ao seu resultado financeiro. Os últimos dados mostram que a cada R$ 1 de receita, o retorno socioambiental foi de R$ 2,7. "A meta é elevar o retorno para R$ 4 em 2030", disse Ana Beatriz. A longevidade de uma empresa na hegemonia da responsabilidade ESG não é uma exclusividade do Brasil. Na Colômbia, o Bancolombia é soberano ao longo da última década, enquanto no Chile, o banco BCI nunca deixou a primeira posição. Já no México, o Grupo Bimbo permaneceu como o líder.

Para Lylian Brandão, CEO da Merco Brasil, entre 2013 e 2023, a lista das 100 empresas com melhor responsabilidade ESG é dividida quase que igualitariamente entre grupos nacionais e estrangeiros. Passados dez anos, 53 permaneceram entre as 100 melhores e apenas quatro — Natura, Itaú Unibanco, Nestlé e Ambev — se mantiveram entre as dez primeiras do ranking. "Nos últimos dez anos, percebemos o aumento do número de empresas por setor, demonstrando preocupação com a responsabilidade ESG ao longo dos anos", disse Lylian à DINHEIRO. No setor de alimentos, o número de empresas passou de quatro para oito. Os representantes do mercado financeiro e automotivo somaram seis. Já os serviços de saúde e eletroeletrônicos têm cinco cada.

Na edição de 2023, apresentada na última quarta-feira (26), além da Natura em primeiro lugar, a segunda posição foi ocupada pelo Grupo Boticário. Completam o Top 5 o Sírio Libanês, Magazine Luiza e Itaú Unibanco. Na sequência aparecem Nestlé, Mercado Livre, Google, Ambev e Hospital Albert Einstein, formando o Top 10. "Na edição deste ano, o setor de serviços de saúde ganhou força, com dois representantes nas dez primeiras posições. Mas vale destacar também a presença de empresas de comércio eletrônico e indústria digital, setores novos e que começam a ser percebidos", disse Lylian.

Na ponta de baixo da tabela, as últimas cinco colocações são ocupadas por JBS, Vale, Rappi, Grupo CB e Braskem. A empresa dos irmãos Wesley e Joesley Batista perdeu 12 posições em relação ao ranking anterior. Já a mineradora e a empresa de entregas recuaram quatro e duas posições, respectivamente. Em penúltimo lugar, o Grupo CB, com negócios imobiliários, aviação e automóveis, não estava na lista das 100 melhores em 2022. Com uma série de problemas ambientais, a Braskem caiu 35 posições, ficando em último lugar. S

EMPRESAS ATENTAS
Para Lylian Brandão, CEO da Merco Brasil, as empresas ficaram mais preocupadas com a pauta ESG na última década



IMPACTOS DAS I

Como a Inteligência Artificial influencia nas imagens que vemos dia a dia, nas redes sociais, na divulgação das empresas e nos veículos de comunicação? Essa é uma das perguntas que pretende responder a pesquisa VisualGPS da iStock, líder no comércio eletrônico que oferece imagens, vídeos e ilustrações para pequenas e médias empresas. Como se conectar autenticamente com seu público em um ambiente repleto de ceticismo? As respostas estão nos insights a seguir:

82% das pessoas não confiam nas redes sociais

98% concordam que imagens e vídeos "autênticos" são fundamentais para estabelecer a confiança

72% veem favoravelmente as empresas que reconhecem e abordam os seus problemas

67% preferem vídeos de formato curto nas redes sociais

88% procuram por empresas que demonstrem mais empatia diante dos desafios e dificuldades diários

DESAFIOS E **OPORTUNIDADES DA IA**

O Instituto FutureMind realizou no dia 24 um encontro que reuniu 80 empresários e executivos para palestras sobre Inteligência Artificial Generativa. A entidade, que congrega três unidades de negócios – consultoria (com foco em inovação, transformação digital e IA), clube de negócios (conexão entre empresas, executivos e governos) e Oscip – Organização Social da Sociedade Civil de Interesse Público (voltada para educação, capacitação e empregabilidade) – discutiu os desafios e as oportunidades da tecnologia disruptiva. Antonio Cassio, do IRB, Wiz Co. e +Pet, é um dos partners do FutureMind, destacou que o Brasil é um campo aberto e muito propício para fomentar uma IA única no mundo. "O País reúne condições para se posicionar como uma potência em IA ainda pouco explorada, por conta de um mercado muito grande e com um ecossistema de inovação ainda em desenvolvimento", disse o economista, ao apontar que a falta de mão de obra qualificada e de diversidade nas companhias de IA, além de um cenário regulatório incipiente são fatores que têm de ser olhados de maneira mais atenta.

VENDE E RECOLHE



Após dois meses de seu lançamento, o Cybertruck, veículo elétrico (e excêntrico) da Tesla, vendeu 3.878 unidades. O número surgiu após a necessidade de um recall por problemas no acelerador. E, agora, em seis meses de vendas, sabe-se que foram comercializados 11.688. E o número veio à tona mais uma vez por um recall. Desta vez por causa de defeito no limpador de para-brisa. Elon Musk, dono da Tesla, prevê 250 mil unidades vendidas do modelo em um ano. É um sonho. Que por enquanto tem sido pesadelo. Nos negócios. E muito mais para os proprietários.

INFOGRÁFICO: FABIO X | FOTOS: AFP | NALATA | DIVULGAÇÃO

S IMAGENS

33% raramente ou nunca vê histórias visuais com pessoas com mais de 50 anos

59% avaliam que os homens são mostrados com menos frequência como pais solteiros em comparação com as mulheres

62% dos recursos visuais que apresentam exclusivamente pessoas negras mostram apenas uma pessoa

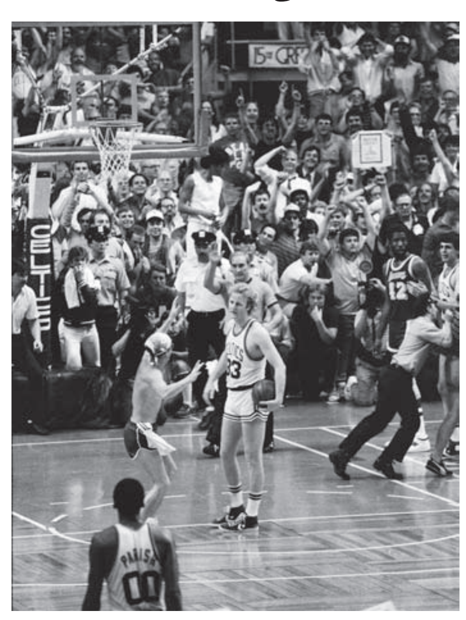
68% da Geração Z avaliam que a mídia social é um lugar onde eles vão para se educar

10% das imagens mais populares da região Ásia-Pacífico mostram genuinamente a riqueza diversificada das culturas da região

"AS EMPRESAS DE TODOS OS SETORES ESTÃO LUTANDO COM A INTEGRAÇÃO DA IA GENERATIVA EM SEU FLUXO DE TRABALHO CRIATIVO E É CRUCIAL QUE ENTENDAM OS RISCOS E AS RECOMPENSAS DESSA TECNOLOGIA"

REBECCA SWIFT, DIRETORA GLOBAL DE CONTEÚDO CRIATIVO DA ISTOCK

FEITO COM IA. **SÓ QUE NÃO!**



Era para ser uma solução. Mas virou dor de cabeça. Muitos fotógrafos têm denunciado que a Meta, dona do Facebook e do Instagram, está rotulando suas imagens "Made with IA", mesmo quando não o são. O carimbo "feito com IA" visa apontar quando uma imagem foi manipulada com inteligência artificial. Assim, o esforço para ajudar os usuários a distinguir fotos de arte gerada por IA tem se tornado um estorvo. Um dos profissionais mais conhecidos que se depara com o problema é Pete Souza, que trabalhou na Casa Branca nas gestões Obama e Reagan. Ele postou recentemente em sua conta do Instagram imagens que tirou em um jogo das finais da NBA (liga americana de basquete) de 1984. Foi rotulada como "Made with IA". Souza se disse "irritado" com a situação. É a desinteligência real da IA.

ARANHAS NA MAÇÃ

A Apple corrigiu uma vulnerabilidade no visionOS, seu sistema operacional dedicado ao Vision Pro, o headset de realidade mista. O erro permitia que um hacker colocasse no espaço virtual de um usuário do Vision Pro imagens animadas em 3D como aranhas, morcegos e cobras. A brecha foi descoberta por Ryan Pickren, um pesquisador independente que já encontrou outros bugs no software da Apple. Ele ganhou uma recompensa por encontrar e descrever o problema. Assustador para os usuários. Agradável para Pickren. Constrangedor para a empresa.

FUSÃO QUE IMPULSIONA A IA AO FUTURO





Grupo Stefanini, multinacional com DNA brasileiro, e a gigante global Intel se unem para liderar a transformação digital por meio da Inteligência Artificial em hardware como serviço

Aline ALMEIDA

Era da Informação. Ou Era Digital. Termos utilizados para designar os rápidos e disruptivos avanços tecnológicos, pedra fundamental para os recorrentes lançamentos e novidades de produtos e serviços. Empresas trabalham incessantemente para se tornarem referências em inovação e soluções digitais e não ficar atrás da concorrência. Pensando nisso, o Grupo Stefanini, uma das principais empresas de tecnologia do Brasil e que está espalhada pelo mundo, e a Intel, uma das gigantes dos Estados Unidos com atuação global, firmaram uma parceria para impulsionar a inovação. A parceria visa fornecer soluções modernas e avançadas para os clientes por meio de Inteligência Artificial (IA). Cada empresa utilizará sua expertise para ampliar as capacidades de transformação digital, auxiliando os usuários desde a concepção até a implementação das ferramentas criadas. A Stefanini, com mais de 12 anos de experiência em IA, destaca-se nesse cenário. "Somos uma empresa com muitas soluções em diferentes frentes e entendemos que agregamos valor para a sociedade, tornando a vida das pessoas melhor. É uma boa combinação: a Intel oferece infraestrutura e nós oferecemos as soluções. Além disso, com a IA, agora ganhamos um peso maior", afirmou Marco Stefanini, CEO do Grupo.

Segundo Stefanini, a parceria terá início no Brasil devido à abertura do País ao processo digital, seu volume e economia diversificada, características que formam um ecossistema perfeito para testar as soluções em processos digitais antes de expandi-las globalmente. "O grande motor da tecnologia atualmente é a Inteligência Artificial e, nessa linha, a Stefanini é uma empresa líder e pioneira, podendo inseri-la em praticamente todas as soluções que oferecemos", completou o executivo.

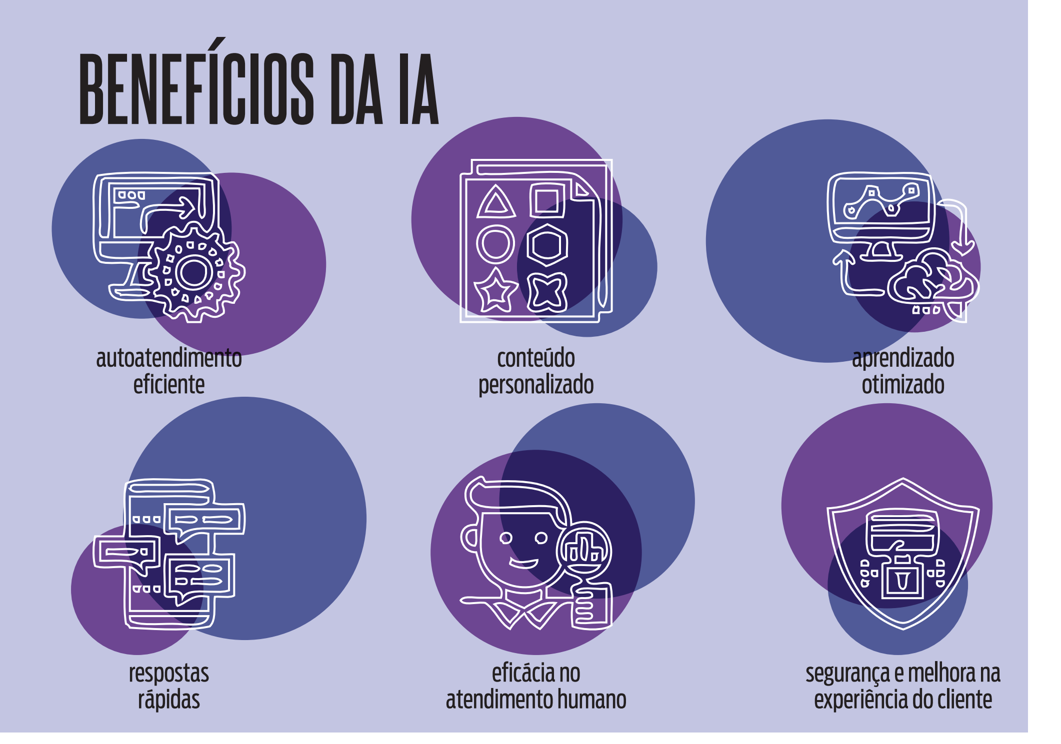
A aliança entre a Stefanini e a Intel envolve ações conjuntas de marketing, colaboração e negócios, visando impulsionar o crescimento de ambas as empresas e, principalmente, beneficiar diretamente os consumidores. Um dos focos principais será o "hardware como serviço", no qual a Stefanini oferece suporte completo, desde a instalação até a gestão e atualizações de segurança. A expectativa é que a colaboração resulte em um aumento de aproximadamente 200% na geração de projetos simultâneos neste ano.

A Stefanini também irá colaborar com a Intel para oferecer soluções de ponta, contando com mais de 20 mil engenheiros de software dedicados ao desenvolvimento de novas tecnologias. "A Intel já exerce uma grande influência em diversos segmentos, muitos dos quais também atuamos diretamente. O que a Intel traz de inovação em tecnologia e



INOVAÇÃO EM TUDO
CEO e fundador do grupo que leva seu sobrenome, Marco Stefanini adota estratégia de aplicar IA em todas as soluções possíveis

FOTOS: FREEPIK | DIVULGAÇÃO

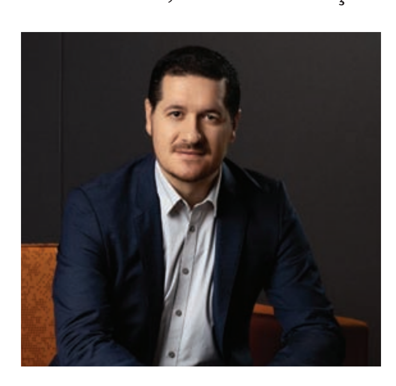


produtos, a Stefanini ajuda a materializar no mercado", disse Fabiano Sabatini, gerente de aliança e especialista de IoT na Intel para a América Latina. "Trabalhamos com a Stefanini com o objetivo de desenvolver e fortalecer tecnologias. Com essa parceria, conseguimos até desenvolver algumas inovações antes do lançamento oficial, trazendo-as para o mercado o mais rápido possível", ressaltou.

SUPERPODERES A introdução de novas tecnologias no mercado é uma meta da Intel, para acelerar o desenvolvimento e a inovação, além de impulsionar as vendas desses produtos. "Consideramos a IA uma das cinco tecnologias que nosso CEO [Pat Gelsinger] chama de 'superpoderes', devido ao seu impacto disruptivo no mercado. Temos uma estratégia na Intel chamada 'IA em todos os lugares', que visa aplicar a inteligência artificial em diversos contextos para atender a múltiplas demandas", disse Sabatini.

A Intel está focada em colocar o poder da Inteligência Artificial nas mãos dos consumidores e clientes corporativos, seja em notebooks ou desktops, para acelerar a adoção da tecnologia e a criação de modelos diretamente pelos usuários. A tecnologia Intel vPro, por exemplo, oferece recursos de IA integrados que melhoram a segurança e a eficiência do dispositivo, enquanto a arquitetura Xeon Scalable é usada para cargas de trabalho de IA intensivas em data centers, oferecendo aceleração de IA e aprendizado profundo com desempenho superior.

Além disso, a Intel está avançando com a plataforma Gaudi para IA, recentemente lançada, que melhora o desempenho e a eficiência energética em aplicações de machine learning. A plataforma Xeon da Intel também é fundamental, processando IA e realizando análise de dados, desde machine learning até a implementação em larga escala. "Estamos trabalhando também com outras empresas do grupo, para avaliar linhas de negócios e criar produtos de IA que otimizem processos e atendam a diversas necessidades", destacou Sabatini.



"O que a Intel traz de inovação em tecnologia e produtos, a Stefanini ajuda a materializar no mercado"

FABIANO SABATINI
GERENTE DA INTEL

Entre as soluções oferecidas pelo Grupo Stefanini estão a segurança interna, que pode ser aplicada em diversos elementos de IA para melhorar as defesas cibernéticas. No varejo, a empresa possui vasta experiência com dados, oferecendo soluções que melhoram a experiência do cliente e otimizam operações. No setor bancário, a Stefanini oferece uma plataforma completa de software, com sua empresa chamada Topaz, que atende mais de 300 instituições financeiras em 25 países.

Um exemplo notável de suas soluções é a Crystal Ball, desenvolvida em colaboração entre a Americanet+Vero (empresa de telecomunicações) e a Scala (do Grupo Stefanini). Essa plataforma, equipada com Inteligência Artificial e análise de dados avançada, potencializa o processo de expansão dos serviços digitais e de banda larga para novas cidades. Utilizando machine learning, a Crystal Ball mapeia e identifica oportunidades de crescimento, correlacionando dados com precisão para destacar regiões promissoras com base em sucessos passados. Com critérios bem definidos, a plataforma segmenta as oportunidades em grupos, fornecendo uma avaliação precisa das probabilidades de sucesso nos novos mercados.



JORGE SANT'ANNA
DIRETOR-PRESIDENTE E COFUNDADOR DA BMG SEGUROS E MEMBRO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BANCOS

CONFIANÇA, SABEDORIA, EGO E LIDERANÇA...

Na recente série documental "Hitler: o começo, meio e o fim", lançada pela Netflix, podemos assistir a construção e o declínio de um dos maiores mistérios da liderança mundial, na história recente.

A indignação é imediata. Como o mesmo país e cultura, que produziu gênios comoBeethoven, Johann Sebastian Bach, Emanuel Kant, Goethe, entre tantos outros luminares, de nossa história, pode gerar e se curvar a uma personalidade tão monstruosa como Adolf Hitler? Como esta individualidade conseguiu de forma tão fervorosa contaminar toda uma sociedade? Sua capacidade de oportunizar momentos de crise, criar inimigos coletivos imaginários, engendrar um slogan, tão em voga atualmente, "Tornar a Alemanha grande novamente", tudo isto recheado com uma máquina de notícias falsas - ainda não se falava em "fake news" -, coordenada porJoseph Goebbels, representou sem sombra de dúvidas um dos maiores golpes de liderança, jamais visto em nossa história.

Por outro lado, como um líder tão carismático, sagaz, com um senso de oportunidade extremamente apurado, com uma convicção plena de seus propósitos e de posse da maior máquina e poderio de guerra do planeta, acabou por tropeçar, colapsando o mundo e principalmente a sua Alemanha? Em que momento, ele não conseguiu converter sua autoconfiança em sabedoria? Exatamentente o ponto em que toda sua inteligência, carisma, convicções se transformaram em ego, ele parou de ouvir seus aliados mais próximos e passou a viver em um mundo paralelo, distante da realidade.

Na Grécia antiga, há mais de 400 a.C., Sócrates foi considerado o homem mais sábio do mundo. Esta ideia foi uma surpresa para o próprio Sócrates. Ao contrário dos sábios e filósofos de seu tempo, ele era intelectualmente muito humilde e sobre ele foi escrito que "não sabia nada exceto o fato de sua ignorância". O método socrático, nasceu do fato de Sócrates passar grande parte do seu tempo fazendo perguntas, em busca pela verdade e real sabedoria.

Como executivos e empresários, nos esforçamos por aprender e nos desenvolvermos de forma a termos supremacia cognitiva. Mente afiada, domínio de raciocínio, formação técnica de qualidade, sempre foram nossos maiores ativos. Esquecemos muitas vezes, que o fator determinante de nossa liderança sustentável, reside em nossa humanidade e não apenas no nosso intelecto.

Um dos grandes desafios de todos os líderes, seja lá em que fase da carreira se encontre, é fazer com que suas competências técnicas, sua visão diferenciada e senso de oportunidade se transformem em sabedoria e não em uma expressão de seu ego. Em um mundo de vertiginosa evolução tecnológica, cada vez mais nossas habilidades técnicas serão resolvidas de forma muito fácil, por algoritmos, se tornando assim muito menos importantes do que nossas competências humanas.

> "Um dos grandes desafios dos líderes é fazer com que suas competências técnicas, sua visão diferenciada e senso de oportunidade se transformem em sabedoria e não em uma expressão de seu ego"

Não é preciso sermos um grande ditador para entendermos que nossa autoconfiança deve ser combustível para desenvolvermos sabedoria e não para inflamar o nosso ego, que nos levará à queda invariavelmente. Todos os nossos atributos técnicos, reconhecimento, posição social e posição de destaque na empresa, nos pressionam de uma forma ou de outra a nos afastarmos da sabedoria, que é essencialmente conectada com a nossa humildade. Humildade de ouvir, reconhecer erros e de aprender constantemente.

Reflita na frase de Colin Powell, ex-secretário de Estado dos Estados Unidos e se lembre de quantos líderes você já viu nesta situação: "Evite ter seu ego muito perto de sua posição para que quando você perder sua posição, seu ego não vá junto." S



TECNOLOGIA

DISNEY MUDA SEU ROTEIRO NO

Enquanto a criadora do Mickey tenta estabelecer uma experiência única aos usuários brasileiros, a Netflix garante seu reinado no mundo do streaming, que deve movimentar US$ 14 bilhões até 2027

Aline ALMEIDA

A Walt Disney Company, um dos maiores conglomerados de mídia do mundo e criadora do Mickey Mouse, um dos personagens fictícios mais conhecidos da animação desde 1928, anunciou a integração das plataformas de streaming Disney+ e Star+ na América Latina, incluindo o Brasil. O anúncio foi feito pela gigante no final de 2023 e a integração ocorreu no último dia 26. Com isso, todo o conteúdo que estava disponível no Star+ agora faz parte do catálogo do Disney+, inclusive produções da 20th Century Studios, FX e transmissões esportivas ao vivo da ESPN.

Essa unificação evidencia mais uma tentativa da Disney de fortalecer sua posição no mercado de streaming brasileiro, com o objetivo de oferecer aos usuários uma experiência mais completa e diversificada, centralizando todo o conteúdo. Como explicou Diego Lerner, presidente da Walt Disney Company na América Latina, em comunicado ao Poder 360, "esta integração permitirá que a força inigualável de nossos conteúdos esteja disponível em um só aplicativo, proporcionando uma experiência melhorada e superior".

Os dias na Disney parecem bem agitados, pois a América Latina não foi a única região a passar por mudanças. Nos Estados Unidos, o streaming Hulu, não disponível no Brasil, também passou por uma transformação semelhante, sendo incluído em versão beta dentro da plataforma do Disney+. Ou seja, o conglomerado está ativo no mercado e precisa ser certeiro em suas estratégias para enfren-



ESTA INTEGRAÇÃO PERMITIRÁ QUE A FORÇA INIGUALÁVEL DE NOSSOS CONTEÚDOS ESTEJA DISPONÍVEL EM UM SÓ APLICATIVO

DIEGO LERNER
PRESIDENTE DA WALT DISNEY COMPANY NA AMÉRICA LATINA

tar players robustos, em um mercado que globalmente deve movimentar US$ 14 bilhões até 2027, segundo o estudo Análise do Mercado Mobile 2023, produzido pela Rocket Lab.

No Brasil, de acordo com a última medição da Kantar Ibope Media, a Disney alcançou 0,2% de participação na audiência de vídeo on-line. Em comparação, a Netflix atingiu 4,4%, enquanto o YouTube manteve a liderança com 17,6%. O Star+ não registrou uma participação significativa, sendo classificado na categoria "outros", com 0,5%.

Importante ressaltar que o modelo de vídeo on-line representa apenas 29,7% do tempo dos brasileiros assistindo a algum conteúdo, enquanto a TV linear ainda domina com 70,3% da audiência. Outro ponto desafiador para a criadora do Mickey são os preços elevados em comparação aos concorrentes, sendo Disney+ e Star+ os mais caros entre todos os serviços de streaming oferecidos no Brasil. Com a migração, os assinantes da plataforma terão os valores atualizados. O plano padrão mensal passa de R$ 33,90 para R$ 43,90, o anual de R$ 279,90 para R$ 368,90, e a nova modalidade premium custa R$ 62,90 por mês, com assinatura anual a R$ 527,90.

O Disney+ apostava em poucos lançamentos, focando principalmente em seu catálogo de animações clássicas. Por outro lado, a plataforma mais popular do Brasil, a Netflix, se destaca por suas produções originais, que incluem tanto filmes quanto séries. Além disso, o serviço oferece centenas de conteúdos licenciados, incluindo materiais de outras empresas que estão disponíveis exclusivamente nela. A Netflix também tem se especializado em produções live-action, ganhando elogios da crítica e do público.

DOMÍNIO A Netflix, carinhosamente apelidada de "netinha" por seus usuários, continua a dominar o mercado de streaming pago. De acordo com a Variety, a plataforma ganhou 9,33 milhões de assinantes no primeiro trimestre de 2024, superando as projeções dos analistas, que previam apenas 3,93 milhões. No setor financeiro, também excedeu as expectativas, alcançando um lucro líquido de US$ 2,33 bilhões. Esse crescimento acima do esperado deve-se a uma robusta lista de programas originais e à repressão ao compartilhamento de senhas. Em comunicado à imprensa, a empresa prevê que, no segundo semestre de 2024, as vendas cresçam 16%.

A Netflix se recuperou de uma lentidão de 2021 e 2022, alcançando um ritmo de crescimento não visto desde o início da pandemia de coronavírus. Isso se deve, em grande parte, à nova política de uso de contas compartilhadas. A empresa estimou que mais de 100 milhões de pessoas utilizavam contas sem pagar por elas. Embora os executivos da Netflix temessem uma reação negativa dos clientes, a empresa conseguiu convencer milhões de pessoas a pagar pelo acesso. Esses novos assinantes tiveram um vasto leque de opções de conteúdo para assistir recentemente, uma vez que a Netflix tem lançado praticamente um novo sucesso a cada duas semanas neste ano.



21 SAFRAS DESDE 1951
O enólogo Luís de Sottomayor, a garrafa icônica do mais famoso tinto português e as videiras da Quinta da Leda, no Douro Superior





PRECIOSIDADE LUSITANA

O BARCA-VELHA 2015

O vinho mais famoso de Portugal, conhecido também pelos enólogos de todo o planeta, chega ao Brasil com sua nova safra. "Nova" é jeito de dizer. Colhida em 2015, é apenas uma das 21 safras desse tinto que só é produzido em anos de colheitas excepcionais. O enólogo "declara" apenas algumas safras após uma seleção rigorosa das castas que compõem o blend (touriga franca, touriga nacional, tinto cão e, desta vez, sousão) e um considerável tempo de estágio. Neste caso, nove anos. A tarefa está a cargo do enólogo Luís de Sottomayor, que coordena a equipe de enologia da Casa Ferreirinha desde 2007, quando a tradicional vinícola foi comprada pelo grupo Sogrape, que manteve o rigor na produção do vinho.
A marca Barca-Velha é um orgulho nacional e se confunde com a história da produção contemporânea do Douro. Produzido com uvas selecionadas de diferentes altitudes no Douro Superior, foi idealizado nos anos 1940 pelo produtor Fernando Nicolau de Almeida. A Quinta da Leda, com 170 hectares de vinha, atualmente é responsável pela maior parte do lote composto pelas castas tradicionais da região. E por que o ano de 2015 foi tão especial? As condições ímpares para gerar esta safra incluem uma vindima (época de colheita) curta e atípica, marcada por pouca chuva e dois meses de verão (julho e agosto) quentes, o que favoreceu a produção de vinhos complexos e com boa estrutura, segundo o enólogo.
"O Barca-Velha 2015 revela uma maturação primorosa, combinando a excelência dos seus antecessores. Uma estrutura forte que ecoa a grandiosidade do Barca-Velha 2011 e uma acidez vibrante e elegância que evocam o caráter distintivo do Barca-Velha 2008", diz o especialista. Só foram lançadas colheitas do vinho nos anos de 1952, 1953, 1954, 1955, 1957, 1964, 1965, 1966, 1978, 1981, 1982, 1983, 1985, 1991, 1995, 1999, 2000, 2004, 2008, 2011 e 2015. Mas quem quiser realmente degustar o ápice do líquido na sua edição mais recente deve esperar mais um bom período de guarda. O vinho deve alcançar o seu apogeu até 25 anos após a sua colheita, ou seja, ainda faltam 16 anos. Depois de Portugal, o Brasil é o primeiro país a receber o rótulo, que é importado exclusivamente pela Zahil e chega com preço de R$ 10.860.

 FOTOS: DIVULGAÇÃO

COR DO ANO

LE CREUSET LINHA PÊCHE

A marca francesa Le Creuset, que ficou famosa pelas suas caprichadas (e caras) panelas de ferro, inspirou-se na cor do ano escolhida pela Pantone, Peach Fuzz, para lançar sua nova coleção de utensílios de cozinha. A Pêche, nova cor global da grife, está disponível desde o mês de junho em modelos de canecas, chaleiras, stock pots, fondues, panelas e outras peças. Concebida para ir do fogão à mesa, a linha se soma a outras tonalidades como Marseille, Cerise, Shell Pink, Nectar e Agave, já presentes no portfólio da marca. É um mimo para cozinhas selecionadas. A panela redonda Pêche 20 cm, por exemplo, tem como preço de referência R$ 1.919.





PRAIA DE PAULISTA

CLUBE COM **ONDAS ARTIFICIAIS**

Um novo clube promete opções requintadas (e inusitadas) para os paulistanos no primeiro semestre de 2025. O Beyond The Club será um clube exclusivo com uma praia dentro da capital. Os responsáveis prometem que terá a maior e mais potente piscina com ondas artificiais do mundo, com a tecnologia da espanhola Wavegarden, líder global no segmento. Comportará 900 surfistas por dia, que poderão usufruir 30 tipos de ondas (uma a cada quatro segundos) geradas por 62 motores. Ao redor da piscina haverá uma orla de quase 600 metros de areia. Também haverá simuladores de ski, snowboard, golfe e F1, além de restaurantes, charutaria, adega e hotel, sem contar um teatro com mais de mil lugares, que estará aberto também para os não-sócios. Serão só 3 mil títulos familiares à venda (com valor ainda não revelado). Ficará no bairro de Santo Amaro, ao lado da Ponte Transamérica, na marginal Pinheiros. Por trás do projeto estão KSM Realty, BTG Pactual e Realty Properties.



INSPIRADO EM LE MANS

TAG HEUER X PORSCHE

A centenária relojoeira suíça TAG Heuer renovou sua tradicional parceria com a Porsche para lançar o TAG Heuer Carrera Chronograph x Porsche 963, um relógio que homenageia a origem conjunta das duas marcas no automobilismo. As grifes estão historicamente ligadas às 24 Horas de Le Mans, corrida que deu à fábrica alemã 19 vitórias e inspirou o modelo 963. O relógio será limitado a apenas 963 peças. O mostrador permite a leitura fácil no escuro, e o posicionamento dos índices vermelhos às 16h simboliza a emoção associada à contagem regressiva. Com caixa de 44 mm de diâmetro em aço escovado e polido, apresenta um mostrador com formas tubulares que lembram o chassi do carro de corrida. O ponteiro central é lacado vermelho, e o formato da pulseira de borracha é inspirada nas entradas de ar de baixo arrasto. As cores escolhidas são as de corrida da Porsche: branco, vermelho e preto. Cada peça da edição limitada é numerada individualmente, com valor de R$ 74.730.

MUNDO
Empresa usa eventos internacionais para debutar

MARTHA MEDEIROS DESFILA PARA FORA

Depois de crescer acima de 40% nos últimos três anos, grife retoma projetos de internacionalização e expansão dentro do Brasil

Jaqueline MENDES

No mundo do luxo, a grife Martha Medeiros está para a moda brasileira assim como a Dolce & Gabbana está para a Itália ou a Piaget está para a Suíça. Quase tudo fatto a mano. Mas para se tornar conhecida mundo afora, a empresa tem colocado o pé na estrada, expondo seus produtos nas maiores e melhores feiras e encontros de moda do planeta. A mais recente foi o evento para multimarcas exclusivo em Houston, no Texas (EUA). O local contou com a instalação de uma pop-up da marca com peças da Cosmopolitan, coleção de inverno 24, assim como vestidos especiais disponíveis para venda. Este ano a marca participa de outros dois importantes eventos: um em Hamptons, nos Estados Unidos, e outro no Paraguai. A turnê internacional será uma espécie de laboratório para a empresa escolher locais para definição de parcerias e possíveis aberturas de novas lojas.

Além de expor sua marca lá fora, a expansão também acontece no Brasil, onde a grife reafirma seu posicionamento e comprometimento com a sustentabilidade, meio ambiente e funcionários.





Queremos expandir para novos segmentos. Hotelaria e homewear são possibilidades"

GÉLIO MEDEIROS
CEO DA MARTHA MEDEIROS

Com 120 colaboradores, a Martha Medeiros teve crescimento médio anual de 43% nos últimos três anos. A expectativa é de que, em 2024, fique em torno de 34%, segundo Gélio Medeiros, CEO da marca. "Se colocar no papel, temos hoje um valor agregado à Martha Medeiros que é muito maior que a empresa em si" Segundo ele, isso é fundamental quando se fala em marca de luxo. "Trabalhamos diariamente para elevar o valor interno da empresa ao valor da marca."

As expectativas para o segundo semestre são altas, com planos de inaugurações em mais quatro praças nas diferentes regiões do Brasil: Belo Horizonte, Curitiba, Goiânia e São Paulo. A capital paulista, inclusive, foi o lugar escolhido para a loja exclusiva bridal, prevista para abertura em setembro. Com a Martha Medeiros Noivas, a intenção é a confecção de peças exclusivas, uma linha prêt-à-porter, peças sob medida, linha para damas de honra e acessórios para noivas. "Pretendemos inovar o mercado bridal brasileiro. A essência da marca tem tudo a ver com a delicadeza de um momento especial como o casamento", disse Medeiros. "Para os próximos anos, queremos expandir para novos segmentos. Hotelaria e homewear são algumas das perspectivas."

Já consolidada no mercado de luxo, a grife tem como principal ponto de venda a flagship em São Paulo, no Jardins. A loja, que passou por repaginação e reinauguração em março deste ano, oferece aos clientes todo o portfólio de produtos da marca, representando, assim, a maior porcentagem individual de vendas da empresa. Só em 2023, a marca cresceu 28% a partir do rendimento de suas três lojas na capital paulista, que reúne, além da sua loja conceito, espaços no Shopping Iguatemi e Hotel Tangará. "Nosso tíquete médio gira em torno de R$ 11 mil, valor alto se comparado ao mercado, mas que demonstra nosso empenho com a exclusividade e criação de peças limitadas e únicas" No entendimento do executivo, tal valor envolve a responsabilidade na escolha das mãos que realizam o processo artesanal e "transformam as matérias-primas em arte".

CARTA DO INVESTIDOR ESTRANGEIRO AO PRESIDENTE LULA



NORBERTO ZAIET
É ECONOMISTA, EX-CEO DO BANCO PINE E FUNDADOR DA PICEA VALUE INVESTORS, EM NOVA YORK

Caro presidente, esperamos que esteja bem. Fazia tempo que não o víamos. A última vez que prestamos atenção a uma fala sua foi logo após a confirmação da sua eleição: ouvimos atentamente a um discurso em cima de um carro de som na Avenida Paulista. O senhor agradeceu a Deus e ao povo brasileiro, e entre muitas coisas ouvimos: 'O meu governo será montado com a cara da minha vitória, com os partidos que participaram, com gente da sociedade que pode contribuir'. Ficamos empolgados, afinal sua eleição havia congregado muita gente que, de fato, poderia contribuir.

Vieram-nos as lembranças dos seus primeiros governos. Superávit primário, Banco Central autônomo, inflação sob controle, crescimento de crédito e consumo, Pré-Sal, reservas internacionais, grau de investimento. Bons tempos.

Quando da sua eleição para o terceiro mandato, a lógica de quem acompanhava de longe foi pensar que o senhor iria, mais uma vez, conduzir a convergência do Brasil ao grau de investimento. O pessoal local, sempre mais cético, não acreditava. À medida que o senhor apontava a equipe que conduziria vários aspectos do seu governo, percebia-se que ela não tinha a cara da sua vitória, mas sim a cara do seu partido. Pelo menos até agora, infelizmente, o investidor local esteve certo.

Hoje em dia aqui ninguém fala em Brasil. Está fora do radar. Só se fala em Nvidia, Microsoft, Apple, Google, Amazon. Quando alguém levanta a mão para falar de mercados emergentes, os nomes que aparecem são chineses e indianos

Presidente, tem muita coisa boa acontecendo no Brasil. A balança comercial é positiva e crescente, o agro brasileiro é exemplo para o mundo, o setor financeiro é solido e eficiente, o mercado interno é grande e pujante, a base energética é verde e limpa, e a democracia, apesar de jovem, vem mostrando que não leva desaforo para casa.

O estrago que veio depois dos seus dois mandatos iniciais foi muito grande, presidente. Consertar envolve sacrifício, vai precisar cortar aqui e ali, sim. Não tem jeito. Mas o benefício será imenso. Se começar a arrumar a casa, o Brasil vai perceber o efeito positivo da Balança no câmbio. Pode acreditar, o real vai se valorizar e, com isso, a inflação vai ficar quieta no canto dela. O Banco Central, qualquer que seja e com quem seja, vai cortar juros com tranquilidade: o mercado vai forçar a queda.

Nós, aqui de fora, iríamos começar a olhar de novo para o Brasil. É, presidente, hoje em dia aqui ninguém fala em Brasil. Está completamente fora do radar. Tem tanta coisa nova acontecendo em Inteligência Artificial – e as empresas americanas estão indo tão bem – que fica difícil olhar para fora, ainda mais para um País que não parece estar no caminho da convergência.

Aqui fora só se fala em Nvidia, Microsoft, Apple, Google, Amazon. Quando alguém levanta a mão para falar de mercados emergentes, os nomes que aparecem são chineses e indianos. China e Índia, presidente, veja o senhor. Quando o primeiro-ministro indiano vem a Washington, fazem jantar de Estado para ele na Casa Branca e os presidentes de todas estas empresas se estapeiam para participar.

Presidente, o investidor estrangeiro adora histórias novas. A sua eleição foi uma história nova que ficou velha muito rápido. O presidente Lula pragmático, que muitas vezes precisou deixar o partido de lado – para falar com outra voz quando estava fora do palanque – seria uma história nova e, sem dúvida, muito bem recebida por aqui.

Caso isso não aconteça, vamos esperar 2026. Está quase aí. Nesse meio tempo, tem muita novidade aparecendo por aqui todos os dias. Presidente, infelizmente o mercado não costuma dar trégua para quem não faz a lição de casa: segue piorando todo dia. Para quem faz, entretanto, a recompensa sempre vale o sacrifício.

POR PAULA CRISTINA



■ **CRIPTOMEDAS**

DÉFICIT EM CONTA CORRENTE CAIRÁ US$ 11,7 BILHÕES

O déficit em conta corrente do Brasil vai cair significativamente a partir do próximo mês, uma vez que a compra de criptoativos deixará de ser considerada uma importação que afeta o saldo da balança comercial, disse o Banco Central na segunda-feira (24). Segundo Renato Baldini, vice-chefe do Departamento de Estatísticas do BC, a revisão segue uma mudança metodológica no FMI. Desde 2019, os criptoativos eram tratados como mercadorias, impactando a balança comercial.

Agora, ficarão registrados na conta de capital. "Com isso, haverá impactos significativos", disse Baldini a jornalistas, acrescentando que o déficit em conta corrente de 2023 diminuirá de US$ 30,8 bilhões para US$ 19,1 bilhões, já que as importações líquidas de ativos criptográficos de US$ 11,7 bilhões do período não serão mais incluídas no cálculo da balança comercial.

Entre janeiro e maio deste ano, o déficit será reduzido para US$ 13,8 bilhões (ante aos US$ 21,1 bilhões, após exclusão de importações líquidas de ativos criptográficos no valor de US$ 7,3 bilhões). A nova metodologia já será contabilizada a partir de julho, quando serão divulgados os dados de junho.



1 bilhão É o valor que a Vale está buscando nos mercados internacionais de títulos, pela primeira vez em um ano e meio, para recompra de dívida. O título tem vencimento em 30 anos a um juro de Treasury + 210 pontos-base. O valor é menor do que as negociações iniciais de cerca de 250 pontos-base.



100 Por vaca. Foi o valor anunciado pelo governo da Dinamarca para um imposto sobre as emissões de dióxido de carbono provenientes do gado a partir de 2030, tornando-se o primeiro país do mundo a tomar uma medida do tipo. A solução será decisiva para o país reduzir em 70% as emissões do efeito estufa.

■ **NOVAS REGRAS**

FLEXIBILIZAÇÃO DAS EMPRESAS SIMPLES DE CRÉDITO

A Comissão de Assuntos Econômicos (CAE) do Senado aprovou, na terça-feira (25), o projeto de lei (PLP 202/2021) que flexibiliza as regras de atuação das empresas simples de crédito (ESCs). Essas instituições são autorizadas a emprestar dinheiro para microempreendedores individuais, microempresas e empresas de pequeno porte. O projeto agora será analisado pelo plenário do Senado.

O PLP faz várias alterações na Lei Complementar 167, de 2019, que estabelece todas as regras para as empresas simples de crédito. Nos moldes atuais, uma ESC só pode atuar no município em que está situada e só pode utilizar recursos próprios. A proposta elimina essas duas restrições, autoriza a abertura de filiais dentro do mesmo estado e inclui produtores rurais e profissionais liberais no público que pode ser atendido por elas.



De acordo com o projeto, as ESCs poderão utilizar linhas de crédito bancárias com limite de alavancagem de até uma vez e meia o capital realizado. Elas também seriam autorizadas a atuar como agentes repassadores ou intermediadores de recursos de programas e fundos governamentais e de bancos, tanto públicos quanto privados.





TEM GENTE QUE SE PERTURBA MAIS COM ISSO. EU NÃO ESTOU PERDENDO MEU SONO COM ISSO, NÃO”



MARCELO NORONHA presidente do Bradesco, sobre a mudança no comando do Banco Central

+7,3%

Foi o avanço no uso de energia elétrica no Brasil no primeiro trimestre, sobre um ano antes, segundo a EPE. A alta foi puxada pela classe residencial, que avançou 12%. As classes industriais e comerciais cresceram 8,4% e 3,8%, respectivamente.

R$

7,3 trilhões É a estimativa da IPM Maps para o movimento do consumo no Brasil em 2024, um incremento real na casa dos 2,5% sobre o ano passado. Apesar do ritmo de crescimento inferior aos verificados em 2023 e 2022, a pesquisa sugere que há uma continuidade no processo de recuperação do setor após a pandemia.

US$

15,7 trilhões É a previsão da Juniper Research para a movimentação dos pagamentos sem contato no mundo em 2029. O número é 113% superior aos atuais US$ 7,4 trilhões em 2024. Segundo a pesquisa, a maior disponibilidade de pagamento sem contato para pequenas empresas deve puxar a tendência de alta.

-28,8%

Foi a queda do investimento estrangeiro direto na China no mês de maio. O resultado é o décimo segundo consecutivo de queda, reflexo dos juros atraentes nos Estados Unidos e tensões políticas entre os continentes.



Um dos projetos cripto mais importantes em finanças descentralizadas (DeFi) está atraindo bilhões de dólares ao combinar uma manobra de mercado dos títulos de renda fixa com uma das estratégias de marketing de ativos digitais mais populares deste ano. O Pendle Finance (PENDLE) divide as criptomoedas com rendimento em dois tokens, semelhante à divisão do pagamento principal e de juros que tem sido um pilar no mercado de títulos há mais de meio século. Cerca de US$ 6,4 bilhões em ativos são agora mantidos no protocolo, que se tornou efetivamente um mercado secundário para negociação de pontos e rendimentos cripto.

FOTO: DIVULGAÇÃO

ARTIGO

POR **MARCOS STRECKER***

DEPOIS DO PLANO REAL, O QUE AINDA FALTA?

Com a moeda introduzida há 30 anos, o País ganhou uma estabilidade monetária que permanece até hoje, mas não resolveu o problema do baixo crescimento

Os 30 anos do Plano Real estão sendo devidamente celebrados pelo País. É justo. Para quem acompanha o debate feroz que se trava atualmente sobre as medidas necessárias para manter a inflação no patamar de 3% ao ano, é difícil imaginar que há apenas três décadas esse índice anual era de 2.000%. E vários planos em sequência, alguns francamente oportunistas ou mesmo irresponsáveis, falharam completamente em resolver o problema da hiperinflação, que transformou o País em uma aberração financeira internacional.

Os "pais do Real", senhores septuagenários e octagenários que atualmente se desdobram em análises e entrevistas para explicar a gênese do plano, estão desfilando os movimentos que levaram à introdução da bem-sucedida moeda na década de 1990. O principal responsável, na verdade, é um nonagenário: Fernando Henrique Cardoso. Foi o suporte político do então ministro da Fazenda, depois presidente, que permitiu aos então jovens economistas e acadêmicos prepararem a mudança monetária que foi recebida com desconfiança, para não dizer hostilidade ("estelionato eleitoral" e "parece pesadelo, mas é Real" eram os motes do PT na época).

E FHC estava ma pasta da Fazenda por um desses acidentes biográficos que marcam a história nacional. Foi indicado à revelia para o posto por Itamar Franco, vice-presidente que chegou ao Planalto após o impeachment do titular, Fernando Collor. E o próprio Itamar exigia na época mais uma medida populista para "derrubar" a inflação, ou seja, um novo truque capaz de congelar os preços nas prateleiras dos supermercados e energizar a população. FHC, ao contrário, preparou uma reforma que pudesse no médio prazo desarmar as armadilhas que transformaram o Orçamento em peça de ficção e as contas públicas, em pura desinformação para enganar os agentes econômicos e a população

O faro político dos políticos reformistas levou a uma novidade na caixa de truques dos gestores da época: o respeito a contratos. E o plano foi acompanhado, como lembrou Pedro Malan nos últimos dias, por medidas como o acerto prévio da dívida externa com os credores internacionais, além das privatizações em setores-chave como telecomunicações, siderurgia e energia e o desmonte dos bancos estaduais, que funcionavam na prática como casas da moeda. E tudo com uma oposição selvagem que denunciava mais uma garfada no salário do trabalhador. Ao contrário, a moeda forte ganhou um apoio popular surpreendente. Virou um valor inegociável da sociedade. Até hoje os políticos lenientes com a inflação são punidos.

Obviamente o governo de então cometeu erros, e o plano precisou de várias correções de rota. Um dos piores equívocos foi a paridade com o dólar, uma aposta perdida. A adoção do câmbio flutuante e do "tripé macroeconômico", que incluía ainda o regime de metas de inflação e a Lei de Responsabilidade Fiscal (LRF), completou o arcabouço que até hoje está em vigor. Houve o fortalecimento das instituições monetárias e a criação do Copom.

O ponto mais frágil ainda é a LRF, que é desafiada dia sim e outro também pelos governantes e parlamentares em busca de vantagens ou ganhos políticos imediatos. Vários problemas também permanecem e são "ecumênicos", compartilhados por todos os titulares do Planalto desde então. Houve um enorme aumento da carga tributária desde os anos 1990. Essa ênfase arrecadatória permanece até os dias atuais. A soma dos impostos no último mês de maio, por exemplo, foi o maior resultado para o mês em toda a série histórica, com início em 1995. A carga tributária em relação ao PIB nunca parou de subir. E o presidente Lula ainda acha que mais impostos talvez sejam necessários.

Além disso, o País não conseguiu escapar da armadilha do baixo crescimento (experimentando mais um "voo de galinha" na nova década perdida dos anos Dilma) e permanece com índices vergonhosos de distribuição de renda. Num momento em que a atual Reforma Tributária se perde no varejo do Congresso e no bate-cabeça entre Legislativo e Executivo, é bom lembrar que ainda há muita resistência à adoção de reformas modernizantes. O Plano Real, ao contrário, teve uma âncora política em gestores de centro que resistiram às medidas fáceis e defenderam o debate público. A verdadeira "âncora" do plano foi a democracia, bem disse Pérsio Arida em evento na Fundação FHC. Sim, foi a democracia que venceu a inflação, contra populistas e autoritários.

MARCOS STRECKER é jornalista, diretor do Núcleo de Negócios da Editora Três (ISTOÉ DINHEIRO, DINHEIRO RURAL** e **MOTOR SHOW**)*


Clube de Revistas
milk & mellow
gelato
milk & mellow
gelato italiano
sabor
CHOCOLATE
Cioccolato
milk & mellow
gelato italiano
ASSISTA AQUI A
NOSSA PRODUÇÃO
APONTE SUA
CÂMERA E PEÇA JÁ!
WWW.MILKMELLOWGELATO.COM.BR
SIGA-NOS: @MILKMELLOWGELATO
PEÇA NOSSAS DELÍCIAS
PELO IFOOD
ifood



GOLF · SURF · TÊNIS · EQUESTRE · TOWN CENTER



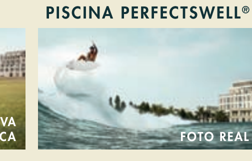
O EMPREENDIMENTO ÚNICO COM AMENITIES INÉDITOS E A EXCELÊNCIA JHSF JÁ É REALIDADE.

Reúne lotes exclusivos a partir de 2.500 m², além dos **Grand Lodge Residences**, **Surfside Residences**, **Golf Residences** - com unidades para locação, **Village Houses** e escritórios no **Family Offices**, com os seguintes amenities:

CAMPO DE GOLFE COM 18 BURACOS

PERSPECTIVA ARTÍSTICA

CLUB DE SURF COM PISCINA PERFECTSWELL®



TOWN CENTER COM LOJAS E RESTAURANTES



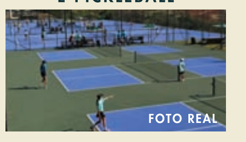
SPA INTERNACIONAL E ACADEMIA



CENTRO EQUESTRE COM PICADEIRO COBERTO



CENTRO DE TÊNIS E PICKLEBALL





SAIBA MAIS



VISITE O SHOWROOM • VENDAS: 11 3702.2121 • 11 97202.3702 • atendimento@centraldevendasfbv.com.br

Aviso Legal: O presente se refere aos loteamentos e às incorporações do Boa Vista Surf Lodge, do Boa Vista Golf Residences, do Grand Lodge Hotel & Residences, do Surfside Residences, do Village Family Offices, registradas no RGI de Porto Feliz/SP e a futuros lançamentos da JHSF. Os projetos e memoriais de incorporação ou de loteamento dos futuros empreendimentos estão sujeitos à respectiva aprovação pela Prefeitura de Porto Feliz/SP e demais órgãos competentes e ao registro nas matrículas dos imóveis. As amenities referentes à piscina para prática de surf, ao spa, ao equestre e aos clubes de tênis, esportivo e de golfe não integrarão os futuros lançamentos e/ou as incorporações já registradas. O uso de tais amenities será feito de acordo com as regras previstas na Convenção de Condomínio de cada incorporação imobiliária, no Estatuto Social da Associação Boa Vista Village já constituído e nos regulamentos específicos. A JHSF poderá desistir do lançamento dos futuros empreendimentos. As ilustrações, fotografias, perspectivas e plantas deste material são meramente ilustrativas e poderão sofrer modificações a critério da JHSF e/ou por exigência do Poder Público. O memorial de incorporação ou do loteamento e o instrumento de compra e venda prevalecerão sobre quaisquer informações e dados constantes deste material. Intermediação comercial pela Conceito Gestão e Comercialização Imobiliária Ltda. CRECI 029841-J. Telefones (11) 3702-2121 e (11) 97202-3702.